Annual Report 2004–2005

Public Opinion Research in the Government of Canada

Public Works and Government Services Canada

Travaux publics et Services gouvernementaux Canada

Canada

Public Opinion Research in the Government of Canada

Annual Report 2004–2005

Prepared by Public Works and Government Services Canada

Published by Public Works and Government Services Canada
November 2005

For more information, please contact the
Public Opinion Research Directorate at (613) 943-5130.
Internet version: www.communication.gc.ca
Catalogue Number: P100-1/2005
ISBN: 0-662-69440-6

Minister's Message

I am pleased to present the Public Opinion Research in the Government of Canada—Annual Report 2004–2005. Public opinion research is a tool departments and agencies use to understand the needs and expectations of Canadians. This helps ensure programs and services are tailored to the needs of Canadians.

In February 2004, the Auditor General of Canada concluded that public opinion research is "well managed" within the Government of Canada. Since then, consistent with *The Way Forward* initiative to deliver services smarter, faster and at a reduced cost, we have made significant strides to ensure that public opinion research in the Government of Canada is conducted in an unbiased and transparent manner, guided by the principles of value for money, good stewardship of public funds, and flexibility.

For example, we have put in place new contracting tools which provide a rigorous competitive process for suppliers across Canada. These new standing offers and supply arrangements enable departments and agencies to obtain public opinion research services in an efficient and effective manner with experienced research firms.

We have implemented an electronic project management and research database to assist all departments and agencies to strengthen their research management and to reduce duplication of effort.

We have taken steps to ensure continued prohibition of the purchase of research that monitors electoral voting intentions and political party image.

In addition, our ongoing consultations with Canada's major market research associations resulted in a partnership agreement in May 2004. It introduced the industry-managed national Survey Registration System requiring the registration of Government of Canada surveys. This system allows the public to verify that a survey is legitimate, to obtain information about the market research industry, or to make a complaint.

A lot of good work has been done this year, but more improvements are on the horizon. In the coming year we will bring together an expert technical advisory panel, including members from government, academia and market research industry to assist in developing appropriate benchmarks of survey quality for Government of Canada research. This initiative will help departments ensure a consistently high level of quality in the research they undertake. The department will also continue to play a key role in providing expert advice to departments on survey quality.

I trust you will find this overview of public opinion research undertaken by the Government of Canada in 2004–2005 both useful and informative.

Scott Brison
Minister of Public Works and Government Services

Table of Contents

1 Minister's Message

5 Overview

7 Renewal of Public Opinion Research in the Government of Canada

- 8 Renewal of POR Procurement Instruments
- 8 Public Opinion Research Directorate

12 Public Opinion Research in 2004–2005 in the Government of Canada

- 12 Projects Coordinated through the Public Opinion Research Directorate from 2001 to 2005
- 13 Top Departments and Agencies for All Coordinated Public Opinion Research by Contract Value
- 14 Comparison of Custom and Syndicated Research
- 15 Type of Research as a Percentage of Total Contract Value of Coordinated Custom Research from 2002 to 2005
- 16 Percentage of Projects and Total Contract Value Based on Research Methodology for Coordinated Custom Research

17 Highlights of Key Public Opinion Research Projects

- 17 Health Canada
- 18 Human Resources and Skills Development Canada
- 19 Natural Resources Canada
- 20 Foreign Affairs Canada and International Trade Canada
- 21 Canadian Heritage
- 22 Canada Revenue Agency
- 22 Industry Canada
- 23 Public Works and Government Services Canada
- 24 Finance Canada
- 25 Social Development Canada

26 Research Firms Rankings

- 26 Top Research Firms for All Coordinated Public Opinion Research by Contract Value
- 27 Top Research Firms for Coordinated Custom Research by Contract Value
- 28 Top Research Firms for Coordinated Syndicated Studies by Contract Value

29 Appendices

- 29 Appendix One: Complete Listing of Departments and Agencies by Contract Value
- 31 Appendix Two: Complete Listing of Research Firms (74) by Contract Value
- 34 Appendix Three: Thematic Listing of Syndicated Studies in 2004–2005
- 36 Appendix Four: Standing Offers and Supply Arrangements for 2004–2007

106-02583/

Overview

As stated in the Government of Canada Communications Policy, public opinion research (POR) offers the Government of Canada a means "to better understand Canadian society and to identify citizen needs and expectations. It is used to assess the public's response to proposals or to possible changes or initiatives; to assess the effectiveness of policies, programs and services; to measure progress in service improvement; to evaluate the effectiveness of communication activities such as advertising; and to plan and evaluate marketing initiatives, among other applications."

Public Works and Government Services Canada (PWGSC) works closely with partners in departments, agencies and other levels of government, striving to find innovative ways to deliver services smarter, faster and at a reduced cost and improve how the Government of Canada does business. The Department is the technical, coordinating and contracting authority for public opinion research in the Government of Canada. Departments and agencies that undertake POR must consult PWGSC's Public Opinion Research Directorate (PORD) at the initial stage of research. The Directorate facilitates POR studies by assisting departments and agencies throughout the process, helping to ensure their objectives are met in a cost-effective manner. Directorate staff works with colleagues at the Communication Procurement Directorate (CPD), which provides a mandatory common service as the Government of Canada's contracting authority for POR.

This is the fourth Annual Report on Public Opinion Research in the Government of Canada. The report provides an overview of research projects coordinated by PWGSC to help departments and agencies fulfill their research needs. It also highlights trends in public opinion research across the Government of Canada. In 2004–2005, 621 POR projects were initiated by the government and coordinated through PWGSC for a contract value of $29 million, using the services of 74 research firms. This report provides an overview of departmental activities in POR, highlighting the most active departments and agencies, and illustrates the activities of the research firms used by the Government of Canada for both custom and syndicated research.*

**This report outlines public opinion research projects and contracts coordinated through PWGSC. Figures presented in the report are based on contract values, not expenditures.*

Public Opinion Research in the Government of Canada

Public opinion research in the Government of Canada is the planned gathering of information by or for a govern-ment institution, on opinions, attitudes, perceptions, judgments, feelings, reactions or views—including those of employees of government institutions. The information may be related to a broad range of activities, such as research for policy, marketing, communications and advertising, program evaluation, quality of service/customer satisfaction studies, and product development.

Public opinion research provides information to:

- assist the development of programs, services and communications products;
- assess policy initiatives and plans;
- design delivery methods for government programs and services;
- measure the demands and expectations of the Canadian population and stakeholders, such as businesses; and
- evaluate programs and services to ensure value for public money spent.

The Government of Canada Communications Policy provides a framework within which public opinion research must be conducted. It mandates that federal institutions identified in Schedules 1, 1.1 and 2 of the *Financial Administration Act* (FAA)—including all Government of Canada departments and agencies—comply with its requirements. Other institutions, such as Crown corporations and those that have the authority to undertake their own contracting under Section 41 (1) and Section 41 (2) of the FAA, are exempt. Therefore, this report focuses on the POR activity of the institutions included in the Policy, as PWGSC coordinated their projects and issued their contracts in public opinion research.

When appropriate, the Government of Canada Communications Policy encourages departments and agencies to use POR in support of operations, from designing programs and services to ensuring that goals and expectations are met. Departments and agencies conducting research assign a POR coordinator, who is responsible for overseeing the organization's research projects and acting as a liaison with PWGSC. POR coordinators generally initiate contact with PWGSC at the earliest stage of research to seek the advice of its POR advisors.

To ensure coherent, cost-effective management of public opinion research throughout the government, institutions must:

- coordinate the planning and implementation of public opinion research initiatives with the PORD of PWGSC;
- contract public opinion research services through the CPD of PWGSC;
- ensure that the principles of fair information practices are respected;
- ensure the quality and value of research they commission or produce;
- provide copies of final reports to the PORD, which, in turn, deposits them with the Library of Parliament and Library and Archives Canada in written or electronic form;
- share results with other federal institutions; and
- release final results to the public on request.

Renewal of Public Opinion Research in the Government of Canada

In February 2004, the Auditor General of Canada noted that public opinion research (POR) in the Government of Canada is "well managed". She tabled an audit report on POR and found that, overall, public opinion research in the Government of Canada is "managed transparently, with roles and responsibilities clearly defined." In light of the audit and in line with Public Works and Government Services Canada's continuing effort to improve the management function of public opinion research, several important changes were implemented in 2004–2005:

- reform of the contracting process to be consistent with the Department's *The Way Forward* approach of using standing offers to the maximum extent possible;
- introduction of a new contract clause specifically excluding information related to electoral voting intentions and political party image;
- the requirement that institutions ensure the principles of fair information practices embodied in the *Privacy Act*, as well as the new *Personal Information Protection and Electronic Documents Act*, are adhered to when conducting POR;
- the requirement that departments and agencies submit a rationale and a purpose of research to better document their projects;
- the requirement that institutions pre-test and evaluate all major campaigns (those with media buys of $400,000 or more), use the Advertising Campaign Evaluation Tool (ACET) for consistency in evaluating campaigns, and confer with PWGSC when planning to conduct this research;
- renewed efforts to ensure final reports are deposited in the public domain; and
- introduction and promotion of the Research Information Management System (RIMS) database to government organizations.

Renewal of POR Procurement Instruments

In May 2004, following PWGSC consultations with industry associations and departments, the Communication Procurement Directorate introduced a new series of standing offers and supply arrangements for POR. These tools enable increased competition among suppliers for projects, improved transparency in the supplier selection process, and a faster and more effective means for federal departments and agencies to access the services of proven research suppliers at competitive prices.

To ensure unified and seamless service to departments and agencies, the Communication Procurement Directorate works with the Public Opinion Research Directorate of PWGSC. All contracts for public opinion research must go through the Public Opinion Research Directorate prior to contracting by Communication Procurement Directorate, the sole contracting authority for public opinion research by the Government of Canada.

A listing of standing offers and supply arrangements in place for 2004–2007 can be found in Appendix Four.

Public Opinion Research Directorate

The responsibility to coordinate public opinion research for federal institutions, agencies, boards, councils, commissions and other bodies identified in Schedules 1, 1.2 and 2 of the *Financial Administration Act* rests with the Public Opinion Research Directorate.

PORD has been given the mandate to provide a mandatory common service to coordinate public opinion research. It also provides guidance and offers advice and information sessions to assist departments in achieving their research objectives, and in meeting their accountability to ensure the value and quality of the research they undertake.

With the growing need for public opinion research, the Government of Canada aims to obtain *value for money*, by avoiding duplication of effort, and transparency by creating a repository of completed work. In 2004–2005, just over 350 final public opinion research reports were received from departments and agencies and put in the public domain via the Library of Parliament and Library and Archives Canada.

Two units within the PORD aid departments and agencies with their research needs. They also facilitate procurement of services, share best practices and research results, and coordinate work across departments.

- **Advisory Services** offers advice to help government organizations conduct research to make informed decisions. They work closely with research coordinators in departments and agencies, guiding them through the required

steps leading to the process of acquiring POR services. The assistance they offer on research design, legal and policy issues, industry standards, procurement methods and how to achieve value for money on each project is uniquely tailored to the needs and objectives of departments. Following the review of a project, the assigned advisor issues a project registration number and submits the project for contracting to the Communication Procurement Directorate. In 2004–2005, the advisors reviewed, coordinated and registered 621 POR projects.

- **Knowledge Transfer** fosters partnerships and the sharing of public opinion research across the Government of Canada. The unit develops and manages the on-line RIMS database, produces a variety of research guides and on-line resources, and organizes seminars and information-sharing meetings for the interdepartmental community of practice. It also promotes the sharing of research reports through Library and Archives Canada and the Library of Parliament.

In 2004–2005, PWGSC's Public Opinion Research Directorate offered the government POR community several new tools and resources to help public service practitioners in designing and conducting public opinion research projects.

Electronic Management and Database

The RIMS database offers a streamlined Web-based system to manage research project submissions. It enables users to share information on research projects, to identify partnership opportunities on horizontal issues and to reduce duplication of effort. The database has been tested widely since 2003 and was launched on the CommNET, a government Intranet site, in March 2005, making it available to all departments. Departmental research coordinators are able to submit research details for new projects, track project progress and prepare reports on departmental activities. Training sessions were held in the spring of 2005.

Resources and Publications

- ***Public Opinion Research in the Government of Canada: An Orientation Guide*** (revised edition) reflects the amended 2004 Communications Policy of the Government of Canada as it relates to POR. The guide defines public opinion research and includes an outline of procedures to be followed for acquiring research as well as a checklist of key elements or documents required to ensure proper documentation in the research process. It also offers a step-by-step guide to the public opinion research process along with best practices information.

- The **Public Opinion Research Section of CommNET**, an E-Resource Intranet site for Government of Canada communicators, was redeveloped and now contains more information for departments and agencies, including:
  - access to the RIMS database;
  - an outline of the research project summary departments and agencies provide to PWGSC;
  - a bilingual list of about 3,000 Government of Canada public opinion research reports produced since 1994, available for public access at Library and Archives Canada and the Library of Parliament; and
  - many other useful resources and publications.
- ***The Research Corner*** newsletter, introduced in July 2004 for departmental research coordinators, highlights new practices, joint government–industry initiatives and recent projects by government departments and agencies, and presents readers with other issues of interest to the community. Two eight-page, bilingual editions were produced in print and on-line.

Continuing Good Relations with Industry

Efforts at strengthening positive relations with industry associations and the Government of Canada, represented by PWGSC, have resulted in a productive working relationship between the Marketing Research and Intelligence Association (MRIA), l'Association de l'industrie de la recherche marketing et sociale and the government. Since 2003, when industry–government meetings began, the relationship has evolved and continues to deal with issues of mutual interest, such as enhancements to the contracting process. It jointly created and instituted a requirement, beginning in May 2004, for Government of Canada surveys to be registered with the Marketing Research and Intelligence Association Survey Registration System. This industry-managed national system, in place for several years, enables the public to confirm the legitimacy of a survey, obtain information about the industry or register a complaint. Government of Canada surveys contracted through the new POR standing offers and supply arrangements are registered with the Survey Registration System.

POR Community of Practice

The Directorate continued to coordinate and participate in meetings with the community of practice and other interdepartmental working groups. The community, which includes members from about 30 departments and agencies, met regularly to share information and address issues of mutual concern. These included: survey quality and response rates, procurement issues, emerging research techniques, new survey software, joint initiatives and partnerships, new legislation and policy requirements.

Performance Measurement

In 2004–2005, the PORD conducted a client satisfaction survey to capture departmental perceptions and awareness levels of policies and regulations guiding POR procedures.* The survey also addressed issues related to the quality and usefulness of advice, information sharing and knowledge transfer. The Web-based quantitative survey included satisfaction measures of timeliness and accessibility, as well as performance measures relating to fairness, quality of information and competence. The usefulness of POR publications, network meetings, the information products, and research seminars were also assessed.

The survey indicated that departmental clients value two fundamental service characteristics: **respect** for the hectic nature of the work (the time required to provide advice or address concerns, and ease of reaching PORD advisors) and subject matter **expertise** (competence of the staff, usefulness of the advice provided and consistency of information or advice from project to project). Ninety-eight clients from departments and agencies were invited to fill out the questionnaire. Results obtained will assist the Directorate in improving its services to departments and agencies, namely by developing more educational initiatives, such as information exchange events.

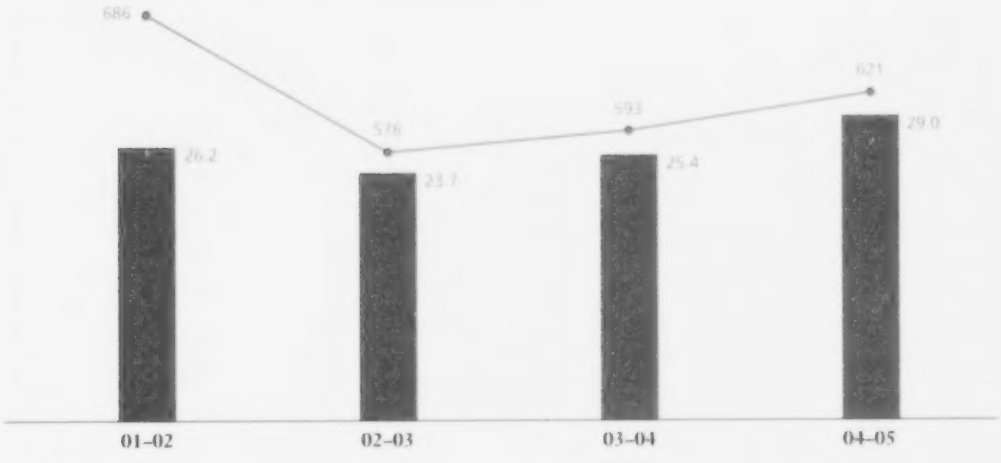
**All PORD research clients during fiscal year 2003–2004 were invited by email to participate in an on-line survey of client satisfaction with PORD services. The response rate to the survey was 53%. For more detailed information about the report, please contact the Public Opinion Research Directorate at: (613) 943-5130.*

Public Opinion Research in 2004–2005 in the Government of Canada

This chapter features an overview of the projects and contract values associated with public opinion research (POR) in the Government of Canada for 2004–2005.

It provides information on POR trends, methodologies, types of research, and outlines the differences between custom and syndicated research.

Projects Coordinated through the Public Opinion Research Directorate from 2001 to 2005



The importance of public opinion research in government operations is reflected by its usage by the Government of Canada and its departments and agencies. The dollar value of POR contracted for and coordinated through the Public Opinion Research Directorate in 2004–2005 was $29 million, up from $25.4 million in the previous year. The 2004–2005 activity of 621 projects was also greater than the previous year, when 593 projects were undertaken.

Top Departments and Agencies for All Coordinated Public Opinion Research by Contract Value

Department/Agency	Contract Value (Thousands of dollars)	Number of Projects
Health Canada	6,248	106
Human Resources and Skills Development Canada	2,033	36
Natural Resources Canada	1,701	39
Foreign Affairs Canada and International Trade Canada*	1,415	21
Canadian Heritage	1,392	37
Canada Revenue Agency	1,261	26
Industry Canada	1,216	34
Public Works and Government Services Canada	1,195	24
Finance Canada	1,051	17
Social Development Canada	1,047	24

**In 2004–2005, the departments of Foreign Affairs Canada and International Trade Canada contracted for POR as a single research unit, hence the contract values are reported together.*

Health Canada has led all departments in the use of public opinion research for several years. This trend continued in 2004–2005. The value of contracts awarded on behalf of Health Canada accounted for 22 percent of the total value of contracted research, and 17 percent of the total projects for the Government of Canada last year. Human Resources and Skills Development Canada ranks second in value of contracts, with 36 POR projects possessing a value less than one-third of Health Canada's. Eight departments and agencies had research requirements in the $1 million to $2 million range.

Highlights of the research undertaken by these departments appear in Chapter 4.

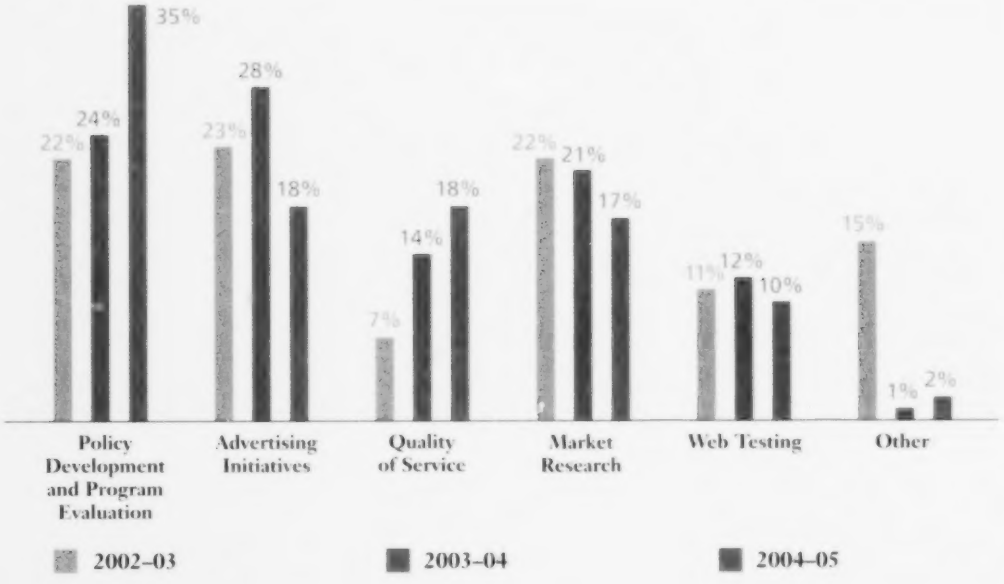
Comparison of Custom and Syndicated Research

Custom public opinion research is work commissioned for a specific department or agency. The commissioning organization holds the intellectual property rights on reports and other materials generated by the project, which are made available to other departments and the public through the Library of Parliament and Library and Archives Canada. Results of custom research required by the Government of Canada are in the public domain and accessible to all Canadians. Custom research accounts for most of the POR work undertaken by the Government of Canada.

Syndicated research studies are developed by research firms, which sell subscriptions to the studies to private and public sector clients. These off-the-shelf products often contain trend information on a variety of topics. Copyright and management of the studies' content rest entirely with the market research firms. Subscribers are prohibited from distributing the information to any other non-subscribing parties, including government departments. Syndicated research is sometimes the most cost-efficient option for meeting departmental research needs, because the costs of research are shared by the subscribers.

In 2004–2005, the Government of Canada contracted $25.3 million (460 projects) in custom research, accounting for approximately 87 percent of the total contract value of all public opinion research for the fiscal year. Syndicated studies represented $3.8 million (161 projects).

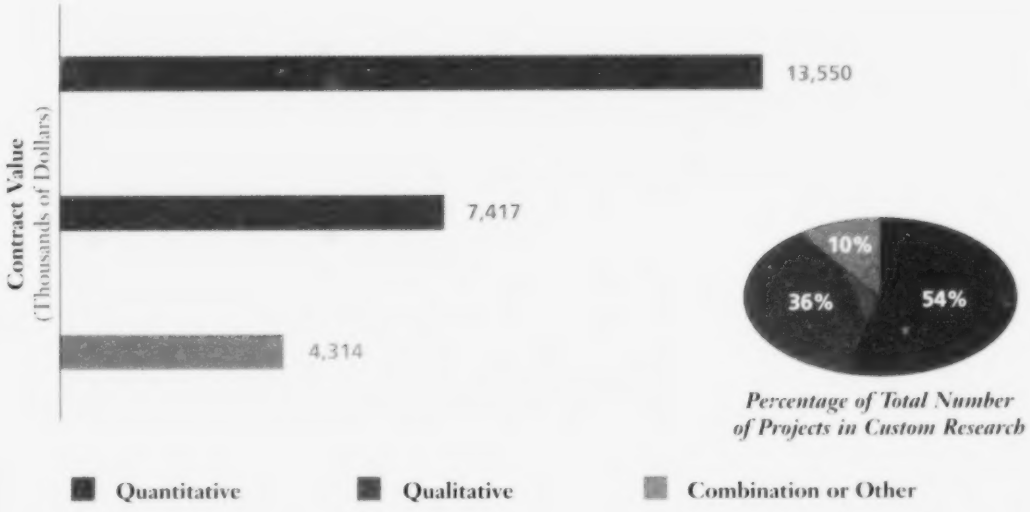
Type of Research as a Percentage of Total Contract Value of Coordinated Custom Research from 2002 to 2005



Policy Development and Program Evaluation represented the largest segment of all custom research with 35 percent of the total contract value for custom research. In 2003–2004, research in this field accounted for 24 percent of all custom research. Advertising Initiatives, which include advertising tracking and testing as well as communications product testing, and Market Research dropped in 2004–2005 compared with the previous year, when they respectively accounted for 28 percent and 21 percent of custom research contract values. Research contracted to measure the effectiveness of Web sites also dropped to 10 percent from 12 percent in the previous year. Research contracted to measure quality of service increased from 14 percent in 2003–2004 to 18 percent last year.

Percentage of Projects and Total Contract Value Based on Research Methodology for Coordinated Custom Research

Research Methodologies Used



Quantitative research refers to information obtained about some members of a population through structured techniques, such as a survey, aiming to draw conclusions for the total target population. More than half of the work undertaken fell into this distinct category, increasing from 47 percent in 2003–2004 to 54 percent in 2004–2005.

Qualitative research refers to information obtained from some members of a population through unstructured or semi-structured techniques, such as focus groups or interviews. A qualitative approach is typically used when the research needed is exploratory, in-depth, or about very complex issues. Qualitative research allows for free-flowing or semi-structured discussions which are more effective in meeting research objectives in such cases, rather than using an inflexible questionnaire with rigid response categories for each question. As an exploratory approach, no projection of results to the population can be made from this type of research. Thirty-six percent of the research conducted in 2004–2005 fell in this category, down from 41 percent the previous year.

Some projects consisted of a combination of quantitative and qualitative research that, along with the "Other" category, accounted for the remaining 10 percent. "Other" includes research projects, such as POR design (i.e., questionnaire design) and analysis.

Highlights Of Key Public Opinion Research Projects

For this report, the 10 departments and agencies that were most active in public opinion research were invited to present a brief overview of work conducted in the fiscal year. Their contributions follow.

Health Canada

The 2004–2005 year was again an exciting and productive time for public opinion research within both Health Canada and the Public Health Agency of Canada. A combination of qualitative and quantitative research was conducted to support various health promotion and disease prevention activities (i.e., the healthy living/sport participation campaign, the anti-tobacco campaign and development of the air quality index). Research also informed the health care reform process and key regulatory decision-making. In addition, several significant surveys were successfully undertaken among First Nation and Inuit populations on issues such as immunization, oral health and healthy pregnancies.

One particularly interesting study this year gathered baseline indicators of Canadians' views, knowledge and perceptions regarding influenza. It was designed to support the efforts of officials from the Public Health Agency and Health Canada to increase citizen awareness and understanding of the implications of pandemic influenza and the steps Canadians can take to protect themselves.

In a telephone survey of over 4,000 Canadians, respondents were presented with a series of paired forced choices, and asked to indicate which piece of information they felt was most important to know during a pandemic. Seven different types of information were tested and the two most important were considered to be "how to protect yourself" (71 percent) and "how to prevent the disease from spreading" (68 percent). These research results will be used to guide the development of the *Influenza A* pandemic communication plan, including the development of the key messages.

It is expected that the upcoming year will be equally busy, as health remains a top public priority. Some issues to be explored in the next fiscal year include the value of direct mail, seniors' issues, and research to support the development of the new food guide.

Human Resources and Skills Development Canada

Public opinion research provides valuable insights on public awareness and attitudes relating to policies, programs and communications for the federal government's human capital development agenda.

Access to post-secondary education is a central component of the government's skills and learning agenda, and Human Resources and Skills Development Canada (HRSDC) has a number of initiatives designed to alleviate the financial burden of pursuing post-secondary education.

A qualitative-quantitative study was launched on issues related to the Canada Learning Bond (CLB) and the Canada Education Savings Grant (CESG) this past year to establish baseline levels of awareness and attitudes toward saving for education among the general public and among low- to middle-income parents, as well as to explore potential communications approaches. Proposed brochures on the CLB, CESG and the Registered Education Savings Plan (RESP) were also tested.

Again this year, HRSDC conducted its annual tracking survey on attitudes toward Employment Insurance (EI). The Department has been conducting this survey since 1998. The survey tracks fundamental attitudes toward the EI system and measures the public's awareness levels and areas of concern for reform. Findings surrounding several key issues have shown little change over the tracking history. Over the past four years, Canadians have continued to support keeping a reserve within EI, and general perceptions of the EI program have essentially not changed in three years. Similarly, there has been little change in Canadians' opinions about whether the EI program encourages dependence or whether it provides a bridge to a new job. Other key indicators reveal the continuation of two noticeable trends: since 1998, the public has increasingly perceived the EI program to be fair, and the public's level of economic optimism has increased over the past four years.

Other public opinion research included qualitative research on the Service Canada initiative, and research toward the development of the Workplace Skills Strategy. The Department is planning research on skills development, learning, post-secondary education, workplace issues, and employment benefits and support measures.

Natural Resources Canada

In 2004–2005, Natural Resources Canada (NRCan) used public opinion research to inform and support the wide range of activities undertaken by the Department in its role as the promoter of sustainable use and development of natural resources, energy, minerals, metals, forests and earth sciences.

A large share of this research supported policy and program development and communications activities in the areas of the environment, energy efficiency and climate change. In partnership with Environment Canada, this included baseline and tracking studies with Canadians related to:

- understanding climate change and its impacts;
- awareness and support for the Kyoto Protocol; and
- attitudes toward energy efficiency, conservation and the One Tonne Challenge (OTC).

NRCan used public opinion research to open new areas of understanding (e.g., perceptions of fuel cell and hydrogen technologies), hear views on key policy issues (e.g., British Columbians on the offshore oil and gas moratorium) and better understand key client groups and partners (e.g., Canadian drivers on fuel efficiency as a car purchase consideration, car dealership employees, and managers of the *Fuel Consumption Guide* and labelling program).

The Department used the standard Government of Canada Advertising Campaign Evaluation Tool to measure the impact of the major TV, radio and print campaign for the One Tonne Challenge, featuring Rick Mercer and Pierre Lebeau. The results of two national surveys indicated the campaign was a success in reaching and informing Canadians about the OTC and its messages.

NRCan invested in subscription and syndicated research to enhance the public's understanding of environmental issues and allow cost-effective investigation of opinions among special audiences such as the business community and Northern Canadians, and on key issues, including comparative research into Canadian and American attitudes about energy and sustainable development.

Web site development and evaluation continued to account for a significant share of the NRCan research program, with a number of projects aimed at maximizing Canadians' access to resources and services in a range of priority areas, such as the Government of Canada's climate change and One-Tonne Challenge Web sites (the latter included usability testing of the online Greenhouse Gas Emissions Calculator for Canadians), *The Atlas of Canada*, the main Web site for the Office of Energy Efficiency, and the Science and Technology for Canadians Portal site.

Foreign Affairs Canada and International Trade Canada

Foreign Affairs Canada and International Trade Canada use public opinion research extensively to track Canadian attitudes about international issues, such as security, diplomacy and development. Views on the relationship between Canada and the United States are monitored closely, as are opinions on multilateral and bilateral organizations and agreements. The departments carry out this work through syndicated, omnibus and custom public opinion research that is augmented by surveys that are available to the departments without cost.

An important research project this year was a study on international trade that involved focus groups in key cities across Canada as well as surveys of decision makers. The objective was to investigate views on trade and social values to determine the extent to which social values match current trade policy. As well, the departments needed to better understand the environment in which trade communicators operate.

The study showed that Canadians generally do not understand the trade process, but are aware that it shapes the world in a fundamental way. Also, decision makers generally approve of current trade policy and the directions taken by the departments. These findings will influence communication approaches.

Decision makers strongly support trade diversification, especially in the Pacific Rim and China together with new and emerging markets. There is a desire for new multilateral and bilateral trade agreements to protect Canadian investments abroad, and decision makers want greater access to market intelligence. The majority favours regulating foreign investment in Canada.

The participants in the study from the general public held reservations about trading with countries with poor human rights, labour and environmental records, but they recognized that trade in such places boosted the economies in those countries and improved the standard of living.

Participants see trade as increasingly important to Canada over the next decade, with strong support for trade diversification. This is driven in part by the view that the United States is too quick to employ trade barriers. Participants believe diversification will help Canada become a bigger influence internationally. There is a concern, however, that foreign investment threatens Canadian sovereignty across a wide range of industrial sectors.

The findings influence current departmental trade objectives and contribute to a better understanding of public attitudes.

Canadian Heritage

Last year, Canadian Heritage's public opinion research was marked by participation in several horizontal initiatives, including interdepartmental projects such as the National Survey on the Quality of Life in Canadian Communities and the Healthy Living Initiative, as well as syndicated studies, including a survey of Aboriginal people living on reserves; *Understanding Diversity*, a survey conducted among multi-ethnic Canadians; *North of 60*, a survey of Canadians living in the North; and *Reconnecting Government with Youth*, a study carried out among young Canadians. These horizontal initiatives enabled the Department to share costs, as well as new knowledge about matters of common interest concerning specific target groups.

This year, public opinion research activities will be carried out in connection with major initiatives in which Canada will take part, such as the Vancouver 2010 Olympic Games and Expo 2008 in Saragossa, Spain. Canadian Heritage is planning to continue its research efforts to support Aboriginal cultures and languages. There are also plans to conduct a comprehensive study related to magazines among Canadians. Lastly, the Department will continue to communicate an accurate account of the use of new media and their effects on Canadian cultural content and copyright.

The months of preparation that went into the national survey entitled *Reading and Buying Books for Pleasure* paid off, since the survey produced a wealth of data that enabled the Department to determine the importance of books in the lives of Canadians. The results showed that reading books for pleasure is popular in Canada. The base sample (representative of the Canadian population) consisted of 1,579 Canadians aged 16 and up. An oversample of 384 respondents from official language minority communities was added to the base sample. This allowed Canadian Heritage to measure the differences in habits and attitudes between Canadians from majority and minority official language communities. In addition, the Department was able to make observations about books as tools for cultural development.

Canada Revenue Agency

The Canada Revenue Agency's (CRA) public opinion research investments relate to the programs and services it offers the public. In 2004–2005, the CRA concluded its fifth large-scale survey of high-level opinion indicators. Given the changes to the CRA's structure and operational mandate, the annual survey was reviewed and redesigned to reflect new organizational realities and needs. Part of the redesign process included research into the public's experiences with, and expectations of, the CRA. The new CRA Corporate Annual Survey is scheduled for launch in early fiscal year 2005–2006.

In 2004–2005, the CRA evaluated new on-line service offerings, including View My Return and My Business Account, and the usability of its Web site. The CRA also undertook research to update its understanding of entrepreneurs and homeowners' perceptions, as well as motivations and attitudes toward participating in the underground economy in the home renovation sector.

Finally, the second CRA Web Site User Survey provided demographic and behavioural profiles, measured satisfaction with various aspects of the Web site and explored the relationship between the Agency's telephone and Internet service channels. This large-scale initiative will be an annual project that will help identify and track trends.

Industry Canada

Industry Canada conducted a variety of syndicated and custom public opinion research in 2004–2005, tracking policy issues as well as economic and social trends among the general public, business audiences, academics and other professionals.

The Department continued its extensive research into topics related to the digital revolution, and continued its coordination of an interdepartmental tracking program of public opinion research on issues related to emerging technologies such as biotechnology. Client satisfaction and Web testing studies continued to comprise an important component of the Department's research efforts.

The second Industry Canada Annual Study probed the views of the Canadian public and business audiences regarding Industry Canada priorities and performance, especially as they relate to government efforts to promote innovation and research and development in Canada and among Canadian businesses.

The Department undertook a quantitative research project in 2004–2005 among self-employed individuals with four or fewer employees, including those who had been in business for less than one year. The study also consisted of interviewing trusted third parties—representatives of trade and industry associations, chambers of commerce/boards of trade, lawyers, accountants and other intermediaries who aid self-employed entrepreneurs. The survey found that entrepreneurs are concerned about financing for their businesses, and agree that there is a role

for government in assisting small business. Survey participants expressed interest in learning more about the government services available to them.

In 2005–2006, Industry Canada intends to expand its research efforts in the business community, including nascent and potential entrepreneurs, and trusted third-party intermediaries.

Public Works and Government Services Canada

Public opinion research plays a critical role in evaluating the services offered by Public Works and Government Services Canada (PWGSC) to other government departments and the Canadian public.

As a common service provider for other government departments, public opinion research at PWGSC focuses mostly on customer satisfaction. Following the creation of the Government Information Services Branch in 2004–2005, PWGSC also used public opinion research to evaluate the services it delivers directly to Canadians, including the Canada Site, Canada Pavilion and Canada Enquiry Centre. Other projects consisted of using research to help forecast emerging trends and issues in government and to obtain input into perceptions and attitudes toward government access channels (in person, telephone, mail and on-line).

One key PWGSC research project—the largest conducted in 2004–2005—was designed to gauge how the Government of Canada could better provide the public, Canadian businesses and international clients with a coherent Internet presence for delivering information and services. Using focus groups and on-line surveys, the quantitative and qualitative study examined the current behaviour and preferences of Internet users in Canada and the United States for accessing government information and services on-line. The study also looked at reactions to possible models for on-line information and service delivery in the future. The results of the study will help in the development of a strategy to guide on-line service delivery government-wide, beyond the end of the Government On-Line initiative.

Looking ahead, the Department's focus on client satisfaction surveys will continue through the next fiscal year and beyond. Most notably, PWGSC is undertaking a three-year longitudinal study aimed at evaluating and analyzing other government departments' satisfaction with The Way Forward initiative—the Department's plan to transform the way it does business and improve its services. This public opinion research initiative is expected to play a significant role in the ongoing implementation of The Way Forward, helping to further define and chart PWGSC's future.

Finance Canada

Finance Canada's public opinion research activities during 2004–2005 included both qualitative and quantitative analysis of Canadians' views on economic and fiscal issues. Specifically, as in previous years, the Department commissioned polling and focus groups prior to the 2004 Economic and Fiscal Update and again prior to Budget 2005.

The polling component of this ongoing research, featuring sample sizes of 1,800, contains a core tracking section that allows Finance Canada to monitor trends in public opinion on fundamental economic issues over several years (e.g., deficit). Beyond this core section, the Department also seeks the public's views on Government of Canada priorities. For qualitative research, Finance Canada typically sets up 10 focus groups in five cities across Canada to ensure adequate regional representation. This research provides valuable input to the development of policies and proposals for government action. The Department therefore intends to continue doing similar research in advance of future budgets and updates.

Finance Canada researches other issues of interest to the Department as the need arises, for example:

- In the summer of 2004, the Department contracted for polling and focus groups on the retail debt program and on coinage.
- During the winter months, the federal government's transfers to provinces and territories were the subject of focus groups.

Social Development Canada

Public opinion research plays a crucial role in helping Social Development Canada (SDC) fulfill its mission to strengthen Canada's social foundations by supporting the well-being of individuals, families and communities through citizen-focused policies, programs and services. Public opinion research, combined with media analysis and public involvement initiatives, enables the Department to meet the expectations of Canadians.

The 2004 Speech from the Throne included a commitment from the government to create a nationwide early learning and child care program. To that end, SDC conducted a comprehensive national public opinion survey on early learning and child care. The study explored three broad areas: public patterns of usage and satisfaction with child care, specific directions for child care (e.g., attitudes toward regulation, government roles) and awareness of the importance of early childhood development.

A telephone survey was conducted among a representative group of 2,006 adult Canadians. The sample included an oversample of Aboriginal Canadians. A key component of the study was to examine the views of parents and, more specifically, to speak with parents of young children about their experiences with child care.

Other public opinion research conducted for the SDC included qualitative research with employers to explore employment issues surrounding people with disabilities and research to test concepts related to SDC's mandate, as well as quantitative research to evaluate the effectiveness of communications products.

Possible future research will involve issues relating to caregivers and their families, poverty (including child poverty) and seniors. Pre- and post-campaign research will also be conducted to test the effectiveness of two planned advertising initiatives: Services for Seniors and Services for Persons with Disabilities.

Research Firms Rankings

Top Research Firms for All Coordinated Public Opinion Research by Contract Value

Firm	Contract Value (Thousands of dollars)	Number of Projects
EKOS Research Associates	5,315	113
Environics Research Group	4,755	83
Ipsos-Reid	3,960	94
Phase 5 Consulting Group	2,275	40
Decima Research	1,600	37
Phoenix Strategic Perspectives	1,313	30
Les Études de Marché Createc +	1,231	15
Corporate Research Associates	967	25
The Strategic Counsel	779	11
GPC International	689	10

This fiscal year the Government of Canada used the services of 74 research firms to fulfill its public opinion research needs (both for custom research and syndicated studies). EKOS Research Associates was the most active research supplier to the Government of Canada, both in the number of projects (113) and contract value ($5.3 million). Environics Research Group was the second most active with 83 projects and an approximate contract value of $4.8 million. A complete listing of all the firms can be found in Appendix Two.

Top Research Firms for Coordinated Custom Research by Contract Value

Firm	Contract Value (Thousands of dollars)	Number of Projects
Environics Research Group	3,940	52
EKOS Research Associates	3,890	62
Ipsos-Reid	3,350	59
Phase 5 Consulting Group	2,275	40
Decima Research	1,572	34
Les Études de Marché Créatec +	1,231	15
Phoenix Strategic Perspectives	1,181	24
Corporate Research Associates	923	21
The Strategic Counsel	779	11
GPC International	665	9

Although EKOS Research Associates undertook the most projects (62), the value of this firm's contracts was slightly lower than the Environics Research Group's, which undertook 52 projects. Ipsos-Reid was second in terms of the number of projects (59), but third based on contract value.

Top Research Firms for Coordinated Syndicated Studies by Contract Value

Firm	Contract Value (Thousands of dollars)
EKOS Research Associates	1,425
Environics Research Group	815
Ipsos-Reid	610
Phoenix Strategic Perspectives	132
Solutions Research Group	119
D-Code	107
CROP	100
GlobeScan	66
Institute of Public Administration of Canada	64
War Child Canada	48

Government departments and agencies subscribed to syndicated studies undertaken by 22 different research firms during the year. EKOS Research Associates' syndicated studies accounted for 37 percent of the total contract value for the Government of Canada. Some of EKOS' top syndicated studies included *Rethinking Government*, *The Security Monitor*, and *Rethinking the Information Highway*.

Environics Research Group was the second-most active, with its top studies including *Focus Canada* and *North of 60 and Remote Community Monitor*. Ipsos-Reid was the third-most active firm for syndicated studies in 2004–2005, with contributions including *Trend Report* and *Reconnecting Government with Youth*.

A thematic listing of syndicated studies is provided in Appendix Three.

Appendix One

Complete Listing of Departments and Agencies by Contract Value

Department/Agency	Contract Value (Thousands of dollars)	Number of Projects
Health Canada	6,248	106
Human Resources and Skills Development Canada	2,033	36
Natural Resources Canada	1,701	39
Foreign Affairs Canada and International Trade Canada	1,415	21
Canadian Heritage	1,392	37
Canada Revenue Agency	1,261	26
Industry Canada	1,216	34
Public Works and Government Services Canada	1,195	24
Finance Canada	1,051	17
Social Development Canada	1,047	24
Transport Canada	892	14
Agriculture and Agri-Food Canada	882	14
Environment Canada	844	28
National Defence	713	13
Indian and Northern Affairs Canada	611	19
Public Safety and Emergency Preparedness Canada	562	9
Veterans Affairs Canada	560	8
Citizenship and Immigration Canada	521	17
Parks Canada	493	13
Fisheries and Oceans Canada	405	9
Justice Canada, Department of	389	15
Treasury Board of Canada Secretariat	355	8

Complete Listing of Departments and Agencies by Contract Value (Continued)

Department/Agency	Contract Value (Thousands of dollars)	Number of Projects
Public Service Human Resources Management Agency of Canada	329	7
Privy Council Office	316	13
Atlantic Canada Opportunities Agency	195	7
Canadian International Development Agency	193	9
Canadian Institutes of Health Research	186	3
Royal Canadian Mounted Police	186	3
National Research Council Canada	184	2
Canadian Space Agency	181	3
Financial Consumer Agency of Canada	154	2
Office of the Superintendent of Financial Institutions	153	2
Public Service Commission	150	2
Statistics Canada	139	7
Office of the Commissioner of Official Languages	138	4
Passport Office	111	2
Canadian Food Inspection Agency	89	4
Canada Economic Development for Quebec Regions	85	1
Western Economic Diversification Canada	83	4
National Round Table on the Environment and the Economy	59	2
Office of the Privacy Commissioner of Canada	59	2
Canada School of Public Service	48	1
Security Intelligence Review Committee	43	1
Natural Sciences and Engineering Research Council	27	1
Correctional Service Canada	24	1
Library and Archives Canada	23	2
Infrastructure Canada	22	1
Communication Security Establishment	21	1
Canada Border Services Agency	21	1
Canadian Radio-television and Telecommunications Commission	20	1
Public Service Staff Relations Board	15	1

Appendix Two

Complete Listing of Research Firms (74) by Contract Value

Firm	Contract Value (Thousands of dollars)	Number of Projects
EKOS Research Associates	5,315	113
Environics Research Group	4,755	83
Ipsos-Reid	3,960	94
Phase 5 Consulting Group	2,275	40
Decima Research	1,600	37
Phoenix Strategic Perspectives	1,313	30
Les Études de Marché Créatec +	1,231	15
Corporate Research Associates	967	25
The Strategic Counsel	779	11
GPC International	689	10
Millward Brown Goldfarb	629	8
Sage Research	556	13
TNS Canadian Facts	544	11
Patterson, Langlois Consultants	479	9
Circum Network	448	9
Western Opinion Research	398	6
Royal Canadian Legion	314	1
GlobeScan	313	11
CROP	234	7
Earnscliffe Strategy Group	216	3
D-Code	206	6
Prairie Research Associates	159	1

Complete Listing of Research Firms (74) by Contract Value (Continued)

Firm	Contract Value (Thousands of dollars)	Number of Projects
Delta Media	136	6
Solutions Research Group	119	3
Pollara	112	5
Maskery	83	2
The Antima Group	74	3
Institute of Public Administration of Canada	64	2
Aboriginal Research Institute	60	1
Bath & Associates	53	3
Performance Management Network	50	2
Strathmere Associates International	50	2
War Child Canada	48	2
ACNielsen	47	3
SQM Group	44	2
Pixelera e-Business Solutions	38	2
Bristol Group	37	1
Public Affairs & Community Enterprises	32	1
Traffic Injury Research Foundation of Canada	32	1
Poirier Communications	30	2
EVP, The Logit Group	25	1
TDV Global	25	1
Orihwa	25	1
Écho Sondage	25	1
Deloitte	25	1
Orbis Partners	24	1
Duxbury, Higgins & Associates	24	1
Decision Partners	24	1

Complete Listing of Research Firms (74) by Contract Value (Continued)

Firm	Contract Value (Thousands of dollars)	Number of Projects
Clear Picture Corporation	23	1
Research Resolutions & Consulting	22	1
IBM Business Consulting Services	22	1
Intoinfo Consulting Group	22	1
Probe Research	22	2
Contentworks	22	1
Goss, Gilroy & Associates	22	1
CoEd Communications	20	1
Research Innovations	18	1
Desjardins Marketing Stratégique	17	1
Canadian Policy Research Networks	16	1
Malatest & Associates	15	1
University of Alberta	15	1
Eos Research & Consulting	15	1
Ad Hoc Marketing	13	1
Canadian Media Research Consortium	11	1
OCETA – Ontario Centre for Environmental Technology Advancement	11	1
PICUS	10	1
Purple Dog Consulting	9	1
One World	6	1
The Omega Network	5	1
DataPath Systems	5	1
American Association of Research Libraries	5	1
ViewStats Research	4	1
CSA Convergence	3	1
Vision Research	3	1

Appendix Three

Thematic Listing of Syndicated Studies in 2004–2005

The Government of Canada subscribed to various syndicated studies that dealt with a variety of issues. Below is a thematic listing of these studies.

National Public Opinion Overviews

3SC (CROP and Environics Research Group)

Canadian Farm Trends Report (Ipsos-Reid)

Citizens First (Institute of Public Administration of Canada)

Engage Canada: Citizen Regeneration Phase II (D-Code)

Focus Canada (Environics Research Group)

Focus 50 (Environics Research Group)

Government Service and Satisfaction (Ipsos-Reid)

Perspectives Canada (Pollara)

Rethinking Citizen Engagement (EKOS Research Associates)

Rethinking Government (EKOS Research Associates)

The Ipsos Trend Report Canada (Ipsos-Reid)

Regional Reports

Aboriginal People in Manitoba (Probe Research)

Atlantic Omnibus Report (Corporate Research Associates)

North of 60 and Remote Community Monitor (Environics Research Group)

Saskatchewan First Nations High School Student Survey (Western Opinion Research)

CROP-Express (CROP)

International Issues

Canada Plus: The Ties that Bind (GPC International)

Corporate Social Responsibility Monitor (GlobeScan)

Food Issues Monitor (GlobeScan)

Global Issues Monitor (GlobeScan)

Outlook – A War Child Canada Report on Youth and International Affairs (War Child Canada)

Reconnecting Government with Youth (Ipsos-Reid)

Rethinking Energy and Sustainable Development (EKOS Research Associates)

Rethinking North American Integration (EKOS Research Associates)

Rethinking Work: Understanding the New North American Workforce and Workplace (EKOS Research Associates)

World Monitor (Ipsos-Reid)

Health Issues

A Clear Perspective (Probe Research)

Food Trends: The Carb Monitor (Ipsos-Reid)

Differences and Attitudes about Second Hand Smoke Between Youth and Adult Smokers and Non-Smokers (Environics Research Group)

Health Insider (IBM Business Consulting Services)

Weight Loss Trends Study (ACNielsen)

High Technology, Innovation and Internet

The Canadian Inter@ctive Reid Report (Ipsos-Reid)

Canadian Internet Project (Canadian Media Research Consortium)

E-Business in Agriculture (Ipsos-Reid)

Fast Forward (Solutions Research Group)

Internet Planner (ACNielsen)

Rethinking the Information Highway (EKOS Research Associates)

Society

First Nations People On-Reserve (EKOS Research Associates)

Rethinking Science and Society (EKOS Research Associates)

Understanding Diversity (Solutions Research Group)

Understanding Generational Differences in Work Values and Job Satisfaction: Implications for HR Practitioners, Managers and Employers (Canadian Policy Research Networks)

Urban Umbrella (Public Affairs and Community Enterprises Consulting)

Security

Public Security Monitor (EKOS Research Associates)

Road Safety Monitor (Traffic Injury Research Foundation of Canada)

Business/Economic Issues

Automotive Purchase Considerations in Canada (Decima Research)

Corporate Connection (Phoenix Strategic Perspectives)

The Canadian Small Medium Enterprises Report (Corporate Research Associates)

Marketing/Communications

Agricultural Communications Review (Ipsos-Reid)

Canadian Business Media Relations Review (Ipsos-Reid)

Canadian Media Relations Review (Ipsos-Reid)

Quarterly Report on Public Affairs Trends (Decima Research)

Appendix Four

Standing Offers and Supply Arrangements for 2004–2007

Standing Offers 2004–2007

Series A—Qualitative Research

- The Strategic Counsel
- Environics Research Group
- Earnscliffe Strategy Group
- Ipsos-Reid
- Phoenix Strategic Perspectives
- Sage Research
- EKOS Research Associates
- TNS Canadian Facts
- Western Opinion Research
- Patterson Langlois Consultants
- Corporate Research Associates
- Decima Research
- Millward Brown Goldfarb
- Les Études de Marché Créatec +
- Pollara

Series B—Quantitative Research

- Environics Research Group
- The Strategic Counsel
- Ipsos-Reid
- Corporate Research Associates
- Phoenix Strategic Perspectives
- Millward Brown Goldfarb
- Les Études de Marché Créatec +
- Decima Research
- Pollara
- GPC International
- EKOS Research Associates
- TNS Canadian Facts
- Earnscliffe Strategy Group

Series C—Qualitative and/or Quantitative Research

- Environics Research Group
- The Strategic Counsel
- Ipsos-Reid
- Phoenix Strategic Perspectives
- EKOS Research Associates
- TNS Canadian Facts
- Earnscliffe Strategy Group
- Corporate Research Associates
- Decima Research
- Les Études de Marché Créatec +
- Millward Brown Goldfarb
- Pollara

Supply Arrangements 2004–2007

Series A—Qualitative Research

- Earnscliffe Strategy Group
- Environics Research Group
- The Strategic Counsel
- Ipsos-Reid
- Phoenix Strategic Perspectives
- Decima Research
- Les Études de Marché Créatec +
- Sage Research
- TNS Canadian Facts
- EKOS Research Associates
- Millward Brown Goldfarb
- Phase 5 Consulting Groups
- Corporate Research Associates
- Western Opinion Research
- Vision Research
- Patterson Langlois Consultants
- GPC International
- Goldfarb Intelligence Marketing
- Pollara

Series B—Quantitative Research

- Environics Research Group
- Phoenix Strategic Perspectives
- The Strategic Counsel
- Millward Brown Goldfarb
- Decima Research
- Ipsos-Reid
- Les Études de Marché Créatec +
- Pollara
- EKOS Research Associates
- TNS Canadian Facts
- Earnscliffe Strategy Group
- Corporate Research Associates
- GPC International
- Corum – Continuum Research
- Léger Marketing

Series C—Qualitative and/or Quantitative Research

- Environics Research Group
- The Strategic Counsel
- Phoenix Strategic Perspectives
- Decima Research
- Ipsos-Reid
- Earnscliffe Strategy Group
- Les Études de Marché Créatec +
- Millward Brown Goldfarb
- EKOS Research Associates
- TNS Canadian Facts
- Corporate Research Associates
- Pollara
- GPC International

Notes

Rapport annuel 2004-2005

La recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada

Travaux publics et Services gouvernementaux Canada

Public Works and Government Services Canada

Canada

La recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada

Rapport annuel 2004-2005

Préparé par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada

Publié par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
Novembre 2005

Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec la
Direction de la recherche en opinion publique au (613) 943-5130.
Version électronique : www.communication.gc.ca
Numéro de catalogue : P100-1/2005
ISBN : 0-662-69440-6

Message du Ministre

J'ai le plaisir de vous présenter le Rapport annuel 2004-2005 intitulé *La recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada*. La recherche sur l'opinion publique est un outil qu'emploient les ministères et les organismes pour comprendre les besoins et les attentes des Canadiens et des Canadiennes. Ainsi les programmes et les services sont-ils mieux adaptés aux besoins de la population.

En février 2004, la vérificatrice générale du Canada concluait que la recherche sur l'opinion publique était « bien gérée » au gouvernement du Canada. Depuis, conformément à l'initiative *Les prochaines étapes* qui visait à offrir des services plus intelligents, plus rapidement et à moindre coût, nous avons fait de nombreux efforts pour nous assurer que la recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada est exécutée avec impartialité et transparence, étant guidés par des principes d'optimisation des ressources, de bonne intendance des fonds publics et de souplesse.

Par exemple, nous avons eu recours à de nouveaux outils de passation des marchés, offrant aux fournisseurs, à l'échelle du Canada, un processus d'appel d'offres rigoureux et concurrentiel. Les nouvelles offres à commandes et les nouveaux arrangements en matière d'approvisionnement permettent aux ministères et aux organismes d'obtenir des services de recherche sur l'opinion publique de façon efficace et efficiente, grâce à des entreprises de recherche chevronnées.

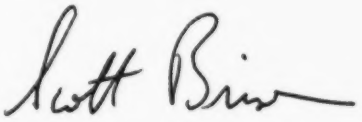
Nous avons implanté une base de données électronique sur la gestion de projets et la recherche pour aider tous les ministères et organismes à renforcer leurs activités de gestion de la recherche et à réduire le chevauchement des efforts.

Nous avons également pris des mesures maintenant l'interdiction d'acheter des données révélant les intentions de vote des électeurs et l'image des partis politiques.

En outre, nos consultations continues avec les principales associations canadiennes d'études de marché ont donné lieu à une entente de partenariat, en mai 2004. Cette entente a mené à la création d'un Système d'enregistrement des sondages. Ce système national, administré par le secteur de la recherche, exige l'enregistrement des sondages faits par le gouvernement du Canada. Par l'entremise de ce système, le public peut s'assurer de la légitimité d'un sondage, obtenir de l'information sur le secteur des études de marché ou déposer une plainte.

Nous avons accompli beaucoup de bon travail cette année, mais d'autres améliorations se profilent à l'horizon. Au cours de l'année qui vient, nous mettrons sur pied un comité consultatif technique composé d'experts provenant du gouvernement, des universités et du secteur des études de marché. Ce comité participera à l'établissement de balises pertinentes sur la qualité des sondages de recherche réalisés par le gouvernement du Canada. Cette initiative aidera les ministères à assurer en permanence un haut niveau de qualité dans la recherche qu'ils exécutent. Le Ministère continuera également à jouer un rôle de premier plan dans la prestation de conseils éclairés aux autres ministères en ce qui concerne la qualité des sondages.

J'espère que cet aperçu des activités de recherche sur l'opinion publique réalisées par le gouvernement du Canada en 2004-2005 vous sera utile et informatif.



Scott Brison

Ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux

Table des matières

1 Message du Ministre

5 Vue d'ensemble

7 Renouveau de la recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada

- 8 Renouveau des mécanismes d'approvisionnement en ROP
- 8 Direction de la recherche en opinion publique

12 Recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada en 2004-2005

- 12 Projets coordonnés par la Direction de la recherche en opinion publique de 2001 à 2005
- 13 Principaux ministères et organismes pour la coordination de l'ensemble de la recherche sur l'opinion publique selon la valeur du marché
- 14 Comparaison de la recherche personnalisée et de la recherche multiclients
- 15 Type de recherche exprimé en pourcentage de la valeur totale du marché pour la coordination de la recherche personnalisée de 2002 à 2005
- 16 Pourcentage des projets et valeur totale du marché basés sur la méthodologie de la recherche personnalisée et coordonnée

17 Points saillants des principaux projets de recherche sur l'opinion publique

- 17 Santé Canada
- 18 Ressources humaines et Développement des compétences Canada
- 19 Ressources naturelles Canada
- 20 Affaires étrangères Canada et Commerce international Canada
- 21 Patrimoine canadien
- 22 Agence du revenu du Canada
- 22 Industrie Canada
- 23 Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
- 24 Finances Canada
- 25 Développement social Canada

26 Classement des sociétés de recherche

- 26 Principales sociétés de recherche pour la coordination de l'ensemble de la recherche sur l'opinion publique selon la valeur du marché
- 27 Principales sociétés de recherche pour la coordination de la recherche personnalisée selon la valeur du marché
- 28 Principales sociétés de recherche pour la coordination des études multiclients selon la valeur du marché

29 Annexes

- 29 Annexe un : Liste complète des ministères et organismes selon la valeur du marché
- 31 Annexe deux : Liste complète des sociétés de recherche (74) selon la valeur du marché
- 34 Annexe trois : Liste thématique des études multiclients en 2004-2005
- 36 Annexe quatre : Offres à commandes et Arrangements en matière d'approvisionnement pour 2004-2007

Vue d'ensemble

Comme l'indique la Politique de communication du gouvernement du Canada, la recherche sur l'opinion publique (ROP) aide le gouvernement à « mieux comprendre la société canadienne; cerner les besoins et les attentes des citoyens; évaluer les réactions aux propositions ou aux modifications ou initiatives éventuelles; évaluer l'efficacité de ses politiques, programmes et services; mesurer les progrès réalisés en ce qui a trait à l'amélioration du service; évaluer l'efficacité des activités de communication, notamment la publicité; ou planifier et évaluer des initiatives de marketing, entre autres applications. »

Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC) travaille en étroite collaboration avec ses partenaires des ministères, des organismes et des autres ordres de gouvernement, s'efforçant de trouver des moyens novateurs de fournir des services plus intelligents, plus rapidement et à moindre coût, et d'améliorer la façon dont le gouvernement du Canada fait des affaires. Le Ministère détient l'autorité technique pour ce qui est de la coordination de la recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada et a le pouvoir de passer des marchés à cet égard. Les ministères et organismes qui entreprennent de la ROP doivent consulter la Direction de la recherche en opinion publique (DROP) de TPSGC à l'étape initiale de la recherche. La Direction facilite la réalisation d'études de ROP en aidant les ministères et les organismes en cours de route pour qu'ils atteignent leurs objectifs de façon rentable. Le personnel de la Direction travaille avec ses collègues de la Direction de l'approvisionnement en communication (DAC) qui fournissent un service commun obligatoire à titre d'autorité contractante du gouvernement du Canada en ROP.

Ce quatrième Rapport annuel de la recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada donne un aperçu des projets de recherche coordonnés par TPSGC pour aider les ministères et organismes à combler leurs besoins en recherche. Il fait également ressortir les tendances de la recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada. En 2004-2005, le gouvernement a pris l'initiative de 621 projets de ROP coordonnés par l'entremise de TPSGC pour une valeur du marché se chiffrant à 29 millions de dollars, et ce en utilisant les services de 74 sociétés de recherche. Le présent rapport permet un survol des activités de ROP du Ministère et fait connaître les ministères et les organismes les plus actifs dans ce domaine. Le rapport illustre les activités des sociétés de recherche auxquelles le gouvernement du Canada a eu recours pour faire de la recherche personnalisée et de la recherche multiclients.*

**Nota : Ce rapport fait connaître les projets de recherche sur l'opinion publique et les contrats coordonnés par TPSGC. Les chiffres contenus dans le rapport sont basés sur la valeur des marchés et non sur les dépenses.*

Recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada

Au gouvernement du Canada, la recherche sur l'opinion publique représente la cueillette planifiée d'information, par ou pour une institution gouvernementale, sur les opinions, les attitudes, les impressions, les jugements, les idées, les réactions ou les points de vue dont ceux du personnel des institutions gouvernementales. L'information pourrait être associée à une vaste gamme d'activités telles que la recherche stratégique, le marketing, les communications et la publicité, l'évaluation de programmes, la qualité du service ou les études de satisfaction de la clientèle, et le développement de produits.

La recherche sur l'opinion publique fournit de l'information pour :

- faciliter l'élaboration de programmes, de services et de produits de communication;
- évaluer les plans et les initiatives en matière de politique;
- concevoir des méthodes de prestation pour les programmes et les services du gouvernement;
- jauger les demandes et les attentes de la population canadienne et des intervenants, comme les entreprises;
- évaluer les programmes et les services afin d'optimiser les fonds publics dépensés.

La Politique de communication du gouvernement du Canada fournit un cadre dans lequel la recherche sur l'opinion publique doit être faite. Elle stipule que les institutions fédérales désignées aux annexes 1, 1.1 et 2 de la *Loi sur la gestion des finances publiques* (LGFP) – y compris tous les ministères et organismes du gouvernement du Canada – se conforment à ses exigences. D'autres institutions, comme les sociétés d'État et celles qui détiennent l'autorité nécessaire pour entreprendre leur propre passation de marchés en vertu des articles 41 (1) et 41 (2) de la LGFP, sont exemptées. Ainsi, le présent rapport met-il l'accent sur les activités de ROP des institutions touchées par la politique, parce que TPSGC a coordonné leurs projets et passé leurs marchés en recherche sur l'opinion publique.

Le cas échéant, la Politique de communication du gouvernement du Canada encourage les ministères et les organismes à recourir à la ROP pour appuyer leurs opérations, de la conception de programmes et de services à l'assurance que les objectifs sont atteints et les attentes satisfaites. Les ministères et les organismes qui font de la recherche désignent un coordonnateur ou une coordonnatrice de la ROP qui est responsable de surveiller les projets de recherche et de procéder à la liaison avec TPSGC. Le personnel qui coordonne la ROP établit généralement le contact initial avec TPSGC au tout début de la recherche pour obtenir l'avis de ses conseillers en ROP.

Pour assurer une gestion cohérente et rentable de la recherche sur l'opinion publique dans l'ensemble du gouvernement, les institutions doivent :

- coordonner la planification et la mise en œuvre des initiatives de recherche sur l'opinion publique avec la DROP de TPSGC;
- passer des marchés de services de recherche sur l'opinion publique par l'intermédiaire de la DAC de TPSGC;
- veiller à ce que les principes de pratique équitable du traitement de l'information soient respectés;
- garantir la qualité et la valeur des recherches qu'elles commandent ou effectuent elles-mêmes;
- fournir des exemplaires des rapports finals à la DROP qui, à son tour, les déposera à la Bibliothèque du Parlement et à Bibliothèque et Archives Canada sous forme imprimée ou électronique;
- diffuser les résultats de la recherche aux autres institutions fédérales;
- communiquer les résultats finals au public sur demande.

Renouveau de la recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada

En février 2004, la vérificatrice générale du Canada a remarqué que la recherche sur l'opinion publique (ROP) au gouvernement du Canada était « bien gérée ». Elle a déposé un rapport de vérification sur la ROP où elle a souligné que, dans l'ensemble, les activités de recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada « ont été gérées avec transparence. Les rôles et les responsabilités étaient clairs. » À la lumière de la vérification et en accord avec l'effort continu de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada pour améliorer la fonction de gestion de la recherche sur l'opinion publique, plusieurs changements importants ont été mis en œuvre en 2004-2005 :

- réforme du processus de passation des marchés, conformément à l'approche du Ministère énoncée dans *Les prochaines étapes*, pour employer les offres à commandes dans la plus grande mesure possible;
- instauration d'une nouvelle clause contractuelle excluant spécifiquement l'information liée aux intentions de vote électoral et à l'image des partis politiques;
- demande adressée aux institutions pour qu'elles veillent à ce que les principes se rapportant aux pratiques équitables du traitement de l'information comprises dans la *Loi sur la protection des renseignements personnels*, de même que dans la nouvelle *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques*, soient respectés dans l'exécution de la ROP;
- obligation des ministères et des organismes de présenter une justification et la raison d'être de leurs recherches pour mieux documenter leurs projets;
- exigence envers les institutions qui devront faire des essais préliminaires et évaluer toutes les campagnes importantes (400 000 $ ou plus en achats médias) en se servant de l'Outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OECP) pour garantir la constance dans l'évaluation des campagnes et conférer avec TPSGC lorsqu'elles prévoient faire ce genre de recherche;
- redoublement des efforts du Ministère pour s'assurer que les rapports finals sont déposés dans le domaine public;
- instauration de la base de données du Système de gestion de l'information sur la recherche (SGIR) et promotion de son usage auprès des organismes gouvernementaux.

Renouveau des mécanismes d'approvisionnement en ROP

En mai 2004, à la suite des consultations de TPSGC avec les associations du secteur de la recherche et les ministères, la Direction de l'approvisionnement en communication a instauré une nouvelle série d'offres à commandes et d'arrangements en matière d'approvisionnement concernant la ROP. Ces mécanismes favorisent une concurrence accrue parmi les fournisseurs de projets, améliorent la transparence du processus de sélection des fournisseurs et donnent aux ministères et organismes du gouvernement du Canada des moyens plus rapides et plus efficaces d'accéder aux services de fournisseurs de recherche expérimentés à des prix concurrentiels.

Pour assurer un service unifié et intégré aux ministères et aux organismes, la Direction de l'approvisionnement en communication travaille de concert avec la Direction de la recherche en opinion publique de TPSGC. Tous les marchés de recherche sur l'opinion publique doivent passer par la Direction de la recherche en opinion publique avant que la Direction de l'approvisionnement en communication ne conclue de marché. Cette Direction est la seule autorité contractante pour ce qui est de la recherche en opinion publique exécutée par le gouvernement du Canada.

Une liste des offres à commandes et des arrangements en matière d'approvisionnement pour l'exercice 2004-2007 se trouve à l'annexe quatre.

Direction de la recherche en opinion publique

La responsabilité de coordonner la recherche sur l'opinion publique pour les institutions fédérales, les organismes, les conseils, les commissions et autres entités désignés aux annexes 1, 1.2 et 2 de la *Loi sur la gestion des finances publiques* appartient à la Direction de la recherche en opinion publique.

La DROP s'est vu confier le mandat de fournir des services communs obligatoires afin de coordonner la recherche sur l'opinion publique. Elle oriente en outre les ministères, leur offre des conseils et des séances d'information pour les aider à atteindre leurs objectifs de recherche et à assumer leur obligation de rendre compte pour assurer la valeur et la qualité de la recherche qu'ils entreprennent.

En raison du besoin croissant de recherche sur l'opinion publique, le gouvernement du Canada cherche à *optimiser ses ressources*, en évitant le chevauchement des efforts, et à être transparent en créant un organe d'archivage pour les travaux terminés. En 2004-2005, plus de 350 rapports finals de recherche sur l'opinion publique nous sont parvenus des ministères et organismes. Ils ont été déposés dans le domaine public par l'entremise de la Bibliothèque du Parlement et de Bibliothèque et Archives Canada.

Deux unités de la DROP offrent des conseils aux ministères et aux organismes. Elles facilitent aussi l'approvisionnement en matière de services, leur communiquent les pratiques exemplaires et les résultats de recherche, et coordonnent le travail des ministères.

- Les représentants des **Services d'avis conseils** proposent des conseils pour aider les organismes gouvernementaux à effectuer de la recherche et à prendre des décisions éclairées. Ils travaillent en

étroite collaboration avec les coordonnateurs et les coordonnatrices de la recherche des ministères et organismes, les aidant à franchir les étapes nécessaires menant au processus d'acquisition des services de ROP. L'aide qu'ils offrent en conception de la recherche, en enjeux juridiques et politiques, en normes propres au secteur de la ROP, en méthodes d'approvisionnement et sur la façon d'optimiser les ressources financières affectées à chaque projet est taillée sur mesure selon les besoins et les objectifs des ministères. Après l'examen d'un projet, le conseiller affecté à celui-ci émet un numéro d'inscription et soumet le projet à la Direction de l'approvisionnement en communication pour qu'un marché soit passé. En 2004-2005, les conseillers et les conseillères ont examiné, coordonné et inscrit 621 projets de ROP.

- Grâce au **Transfert de connaissances**, on encourage les partenariats et le partage de la recherche sur l'opinion publique dans tout le gouvernement du Canada. L'unité qui en est responsable développe et gère la base de données en ligne du SGIR, produit divers guides de recherche et de ressources en ligne, et organise des colloques et des réunions de partage d'information à l'intention de la communauté interministérielle de pratique. Elle encourage également la diffusion des rapports de recherche grâce à Bibliothèque et Archives Canada et à la Bibliothèque du Parlement.

En 2004-2005, la Direction de la recherche en opinion publique de TPSGC a offert à la communauté de la ROP du gouvernement plusieurs nouveaux outils et nouvelles ressources pour aider les praticiens et les praticiennes de la fonction publique à concevoir et à mener des projets de recherche sur l'opinion publique.

Gestion et base de données électronique

La base de données du SGIR propose un système rationalisé sur le Web pour gérer les soumissions de projets de recherche. Cela permet aux utilisateurs et aux utilisatrices de partager de l'information sur des projets de recherche et de déceler des occasions de partenariats sur les questions horizontales, tout en visant à réduire le chevauchement des efforts. Depuis 2003, la base de données a fait l'objet de nombreux essais et a été lancée sur CommNET, un site Intranet du gouvernement, en mars 2005, la mettant ainsi à la disposition de tous les ministères. Les coordonnateurs et les coordonnatrices de recherche des ministères sont en mesure de soumettre des détails de recherche dans le cadre de nouveaux projets, de suivre les progrès accomplis et de préparer des rapports sur les activités de leur ministère. Des séances de formation ont eu lieu au printemps de 2005.

Ressources et publications

- ***La recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada : Guide d'orientation*** (édition révisée) reflète les modifications apportées en 2004 à la Politique de communication du gouvernement du Canada en ce qui a trait à la ROP. On y définit la recherche sur l'opinion publique, et le guide contient un sommaire de la marche à suivre pour acquérir de la recherche ainsi qu'une liste de vérification des principaux éléments ou documents nécessaires pour assurer une documentation adéquate au cours du processus de recherche. La publication propose également un guide étape par étape au processus de recherche sur l'opinion publique et de l'information sur les pratiques exemplaires.

La section de la **Recherche sur l'opinion publique de CommNET**, un site Intranet de ressources électroniques à l'intention des communicateurs et des communicatrices du gouvernement du Canada, a fait l'objet d'un nouveau développement et contient maintenant plus d'information à l'intention des ministères et des organismes dont ce qui suit :

- accès à la base de données du SGIR;
- aperçu des sommaires de projets de recherche que les ministères et organismes fournissent à TPSGC;
- liste bilingue d'environ 3 000 rapports de recherche sur l'opinion publique produits par le gouvernement du Canada depuis 1994, lesquels ont été déposés à Bibliothèque et Archives Canada et à la Bibliothèque du Parlement pour que le public y ait accès;
- plusieurs autres ressources et publications utiles.

Le bulletin intitulé ***Le Coin de la recherche***, lancé en juillet 2004, s'adresse aux coordonnateurs et aux coordonnatrices de recherche des ministères. Il met l'accent sur les nouvelles pratiques, les initiatives conjointes du gouvernement et du secteur de la ROP et sur les projets récents réalisés dans les ministères et les organismes. Il présente aux lecteurs d'autres questions intéressant la communauté. Deux éditions bilingues de huit pages sont produites en format imprimé et en ligne.

Entretenir de bonnes relations avec le secteur de la recherche

Les efforts déployés pour renforcer les bonnes relations qu'entretiennent les associations du secteur de la recherche et le gouvernement du Canada, représenté par TPSGC, ont engendré une relation de travail productive entre L'Association de la Recherche et de l'Intelligence Marketing (ARIM), l'Association de l'industrie de la recherche marketing et sociale et le gouvernement. Depuis 2003, alors que les rencontres entre le secteur de la recherche et le gouvernement commençaient, la relation a évolué et se poursuit au cours des discussions sur des questions d'intérêt mutuel comme les améliorations apportées au processus de passation des marchés. Les organismes ont conjointement créé et institué une exigence, en vigueur depuis mai 2004, selon laquelle les sondages du gouvernement du Canada doivent être inscrits au Système d'enregistrement des sondages de L'Association de la Recherche et de l'Intelligence Marketing. Ce système national, administré par le secteur, fonctionne depuis plusieurs années et permet au public de confirmer la légitimité d'un sondage, d'obtenir de l'information sur le secteur de la recherche ou de déposer une plainte. Les sondages de ROP du gouvernement du Canada, donnés à contrat grâce aux nouvelles offres à commandes et aux nouveaux arrangements en matière d'approvisionnement, sont inscrits au Système d'enregistrement des sondages.

Communauté de pratique en ROP

La Direction a continué à coordonner les rencontres de la communauté de pratique et d'autres groupes de travail interministériels et à y participer. La communauté, qui comprend des membres d'une trentaine de ministères et d'organismes, se rencontre régulièrement pour partager de l'information et se pencher sur des questions d'intérêt mutuel. Ces questions comprennent : la qualité des sondages et les taux de réponses, les questions d'approvisionnement, les techniques de recherche émergentes, les nouveaux logiciels de sondages, les initiatives conjointes et les partenariats, la nouvelle législation et les exigences de la politique.

Mesure du rendement

En 2004-2005, la DROP a fait un sondage sur la satisfaction de la clientèle pour connaître les perceptions du personnel du Ministère et les niveaux de connaissance des politiques et des règlements orientant les procédures de ROP*. Le sondage comprenait aussi des questions portant sur la qualité et l'utilité des conseils, l'échange d'information et le transfert de connaissances. Le sondage quantitatif sur le Web comprenait des mesures de la satisfaction relatives à l'actualité et à l'accessibilité des données, de même que des mesures du rendement liées à l'équité, à la qualité de l'information et à la compétence. Le sondage avait également pour but d'évaluer l'utilité des publications consacrées à la ROP, les rencontres des membres du réseau, d'information les produits et les colloques de recherche.

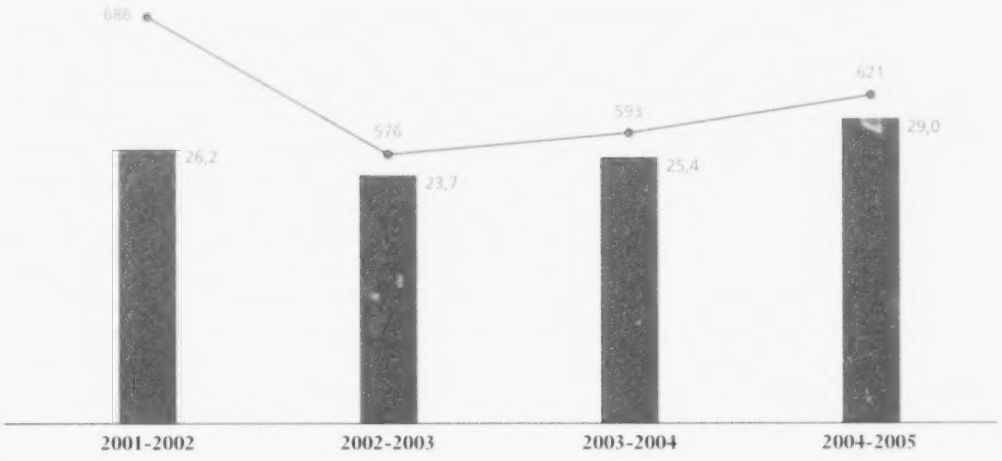
Le sondage indiquait que les clients du Ministère accordent de l'importance à deux caractéristiques fondamentales du service : le **respect** pour la nature trépidante du travail (le temps dont ils disposent pour donner des conseils ou traiter d'un problème et la facilité de rejoindre les conseillers et les conseillères de la DROP) et la **connaissance spécialisée** du sujet (compétence du personnel, utilité des conseils donnés et cohérence de l'information ou des conseils fournis d'un projet à l'autre). Quatre-vingt-dix-huit (98) clients des ministères et organismes avaient été invités à remplir le questionnaire. Les résultats obtenus aideront la Direction à améliorer ses services aux ministères et organismes, particulièrement en mettant sur pied plus d'initiatives éducatives comme des événements favorisant l'échange d'information.

**Nota : Au cours de l'exercice 2003-2004, tous les clients de la DROP faisant de la recherche ont été invités par courriel à participer à un sondage en ligne sur la satisfaction de la clientèle face aux services offerts par cette Direction. Le taux de réponse au sondage a atteint 53 %. Pour obtenir des renseignements plus détaillés sur le rapport, veuillez communiquer avec la Direction de la recherche en opinion publique au (613) 943-5130.*

Recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada en 2004-2005

Le présent chapitre donne un aperçu des projets et de la valeur des marchés associés à la recherche sur l'opinion publique (ROP) au gouvernement du Canada en 2004-2005. On y trouve de l'information sur les tendances de la ROP, les méthodologies, les types de recherche et les différences entre la recherche personnalisée et la recherche multiclients.

Projets coordonnés par la Direction de la recherche en opinion publique de 2001 à 2005



L'importance de la recherche sur l'opinion publique dans les opérations gouvernementales se perçoit dans l'usage qu'en font le gouvernement du Canada et ses ministères et organismes. La valeur en dollars de la ROP donnée à contrat et coordonnée par l'entremise de la Direction de la recherche en opinion publique en 2004-2005 totalisait 29 millions de dollars, ce qui représente une hausse par rapport aux 25,4 millions de dollars de l'année précédente. L'activité de 2004-2005, qui correspondait à 621 projets, était légèrement supérieure à celle de l'année précédente durant laquelle 593 projets avaient été entrepris.

Principaux ministères et organismes pour la coordination de l'ensemble de la recherche sur l'opinion publique selon la valeur du marché

Ministère ou organisme	Valeur du marché (en milliers de dollars)	Nombre de projets
Santé Canada	6 248	106
Ressources humaines et Développement des compétences Canada	2 033	36
Ressources naturelles Canada	1 701	39
Affaires étrangères Canada et Commerce international Canada*	1 415	21
Patrimoine canadien	1 392	37
Agence du revenu du Canada	1 261	26
Industrie Canada	1 216	34
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada	1 195	24
Finances Canada	1 051	17
Développement social Canada	1 047	24

** En 2004-2005, les ministères des Affaires étrangères Canada et du Commerce international Canada ont donné des contrats de ROP comme une seule entité de recherche. C'est pourquoi les valeurs du marché apparaissent ensemble.*

Depuis plusieurs années, Santé Canada dépasse tous les ministères qui font usage de recherche sur l'opinion publique. Cette tendance s'est poursuivie en 2004-2005. L'année dernière, la valeur des marchés attribués au nom de Santé Canada représentait 22 % de la valeur totale du marché et 17 % du total des projets pour le gouvernement du Canada. Ressources humaines et Développement des compétences Canada se classait au deuxième rang pour ce qui est de la valeur des marchés, avec 36 projets de ROP dont la valeur s'établissait à moins du tiers de ceux de Santé Canada. Huit ministères et organismes avaient mené des projets de recherche de l'ordre de un à deux millions de dollars.

Les points saillants de la recherche entreprise par ces ministères apparaissent au chapitre 4.

Comparaison de la recherche personnalisée et de la recherche multiclients

Une recherche personnalisée sur l'opinion publique est du travail commandé pour un ministère ou un organisme spécifique. L'organisme qui commande une étude détient les droits de propriété intellectuelle des rapports et des autres documents découlant du projet, lesquels sont mis à la disposition des autres ministères et du public par la Bibliothèque du Parlement et Bibliothèque et Archives Canada. Les résultats des études personnalisées que demande le gouvernement du Canada relèvent du domaine public et sont accessibles à tous les Canadiens et les Canadiennes. La recherche personnalisée compose la plus grande partie du travail de ROP entrepris par le gouvernement du Canada.

Les études de recherche multiclients sont mises au point par des sociétés de recherche qui vendent des abonnements à ces études à des clients des secteurs privé et public. Ces produits d'emploi courant contiennent souvent de l'information sur les tendances, et sur divers sujets. Le droit d'auteur et la gestion du contenu des études demeurent la propriété exclusive des sociétés de recherche commerciale. Les abonnés n'ont pas le droit de distribuer l'information à d'autres parties qui ne s'y abonnent pas dont les ministères du gouvernement. La recherche multiclients est parfois le choix le plus économique pour répondre aux besoins de recherche des ministères parce que les abonnés se partagent les coûts de la recherche.

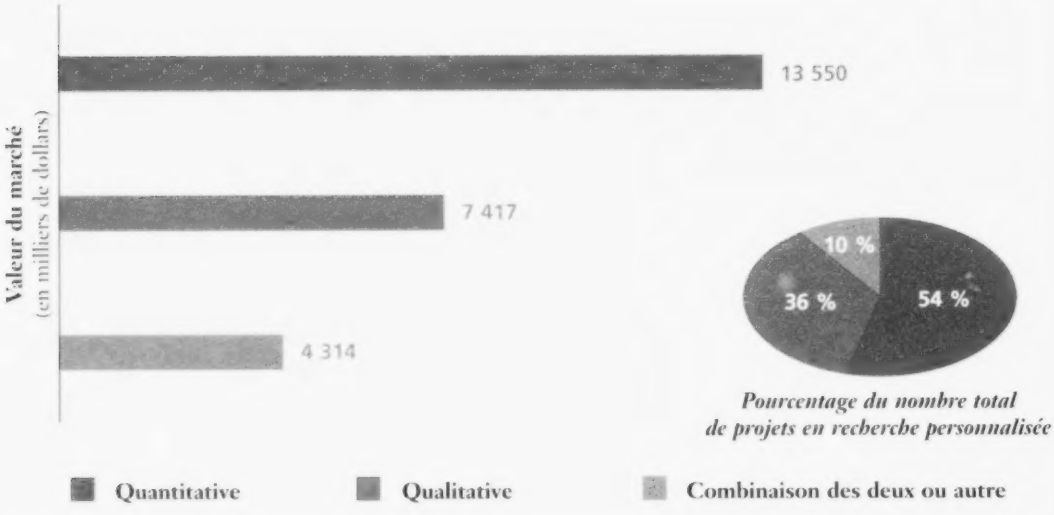
En 2004-2005, le gouvernement du Canada a attribué des contrats de 25,3 millions de dollars (460 projets) en recherche personnalisée, ce qui représente environ 87 % de la valeur du marché de toute la recherche sur l'opinion publique pour la durée de l'exercice. Les études multiclients totalisaient 3,8 millions de dollars (161 projets).

Type de recherche exprimé en pourcentage de la valeur totale du marché pour la coordination de la recherche personnalisée de 2002 à 2005

L'élaboration de politiques et l'évaluation de programmes composaient le plus grand segment de toute la recherche personnalisée avec 35 % de la valeur totale du marché consacré à ce type de recherche. En 2003-2004, la recherche effectuée à ce titre représentait 24 % de toute la recherche personnalisée. Les projets publicitaires, qui englobent le suivi de la publicité et les tests ainsi que l'essai des produits de communication et les études de marché ont diminué en 2004-2005 comparativement à l'année précédente où ils s'établissaient respectivement à 28 % et 21 % des valeurs du marché de la recherche personnalisée. La recherche donnée à contrat pour évaluer l'efficacité des sites Web a également chuté à 10 % alors qu'elle atteignait 12 % l'année précédente. La recherche sous contrat en vue de mesurer la qualité du service a augmenté, passant de 14 % en 2003-2004 à 18 % l'année dernière.

Pourcentage des projets et valeur totale du marché basés sur la méthodologie de la recherche personnalisée et coordonnée

Méthodologies de recherche utilisées



La recherche quantitative se rapporte à l'information obtenue sur certains membres d'une population grâce à des techniques structurées, comme un sondage visant à tirer des conclusions applicables à la totalité de cette population cible. Plus de la moitié du travail entrepris se classait dans cette catégorie distincte, ce qui équivaut à une augmentation. Les chiffres passent de 47 % en 2003-2004 à 54 % en 2004-2005.

La recherche qualitative concerne l'information obtenue de certains membres d'une population grâce à des techniques non structurées ou semi-structurées, notamment des groupes de discussion ou des entretiens. On emploie normalement une approche qualitative en cas de recherche exploratoire, de recherche en profondeur ou portant sur des questions très complexes. Plutôt que d'utiliser les questionnaires inflexibles et leurs catégories de réponses rigides à chacune des questions, la recherche qualitative permet des discussions libres ou semi-structurées qui sont plus efficaces quand il s'agit d'atteindre les objectifs de la recherche. Comme c'est une approche exploratoire, il est impossible de projeter des résultats applicables à la population à partir de ce type de recherche. Trente-six pour cent (36 %) de la recherche effectuée en 2004-2005 appartenait à cette catégorie, ce qui représente une diminution en comparaison des 41 % observés l'année précédente.

Quelques projets de recherche consistaient en une combinaison de recherche quantitative et qualitative qui, avec la catégorie « Autre », représentaient les 10 % qui restent. Le mot « Autre » comprend les projets de recherche apparentés à la conception de la ROP (c.-à-d. la conception de questionnaires) et à l'analyse.

Points saillants des principaux projets de recherche sur l'opinion publique

En guise de contribution au présent rapport, les 10 ministères et organismes les plus actifs en recherche sur l'opinion publique ont été invités à présenter un bref aperçu du travail réalisé durant l'exercice. Le lecteur trouvera leur contribution ci-dessous.

Santé Canada

L'année 2004-2005 s'est à nouveau révélée une période passionnante et productive pour ce qui est de la recherche sur l'opinion publique à Santé Canada et à l'Agence de santé publique du Canada. Les deux organismes ont effectué une combinaison de recherche qualitative et quantitative pour appuyer diverses activités de promotion de la santé et de prévention de la maladie (c.-à-d. la campagne vie saine et participation aux sports, la campagne antitabac et l'élaboration d'un indice de la qualité de l'air). La recherche a également éclairé le processus de réforme des soins de santé et le processus principal de prise de décisions réglementaires. On a aussi entrepris avec succès plusieurs sondages importants parmi les Premières nations et les populations inuits sur des questions comme l'immunisation, la santé bucco-dentaire et la saine grossesse.

Cette année, une étude particulièrement intéressante rassemblait des indicateurs de base sur les opinions, les connaissances et les perceptions des Canadiens et des Canadiennes sur la grippe. L'étude était conçue pour appuyer les efforts des fonctionnaires de l'Agence de santé publique du Canada et de Santé Canada en vue de sensibiliser davantage la population et de lui faire mieux comprendre les conséquences de la grippe pandémique et les moyens à prendre pour s'en protéger.

Pendant un sondage téléphonique avec plus de 4 000 Canadiens et Canadiennes, on a présenté aux répondants une série de choix forcés par paires en leur demandant d'indiquer quel élément d'information était, selon eux, le plus important à connaître durant une pandémie. On a mis à l'essai sept types différents d'information et les deux plus importants étaient « comment se protéger » (71 %) et « comment empêcher la maladie de se répandre » (68 %). Ces résultats de recherche serviront à orienter l'élaboration du plan de communication intitulé *Grippe A* qui porte sur la grippe pandémique, y compris la préparation de messages clés.

On s'attend à ce que la prochaine année soit également bien remplie, vu que la santé demeure une priorité publique de premier plan. Certaines des questions à explorer au cours du prochain exercice financier comprennent la valeur du publipostage direct, les questions se rapportant aux aînés et la recherche visant l'élaboration du nouveau guide alimentaire.

Ressources humaines et Développement des compétences Canada

La recherche sur l'opinion publique fournit des connaissances approfondies sur la sensibilisation du public et ses attitudes face aux politiques, aux programmes et aux communications inhérentes au programme de développement du capital humain du gouvernement du Canada.

L'accès aux études postsecondaires constitue un élément central du plan d'action du gouvernement sur les compétences et l'apprentissage et Ressources humaines et Développement des compétences Canada (RHDCC) met de l'avant un certain nombre d'initiatives pour alléger le fardeau financier des personnes qui poursuivent des études postsecondaires.

Au cours de la dernière année, le Ministère a lancé une étude qualitative et quantitative sur des questions se rapportant au Bon d'études canadien (BEC) et à la Subvention canadienne pour l'épargne-études (SCEE). Il souhaitait ainsi déterminer les niveaux de base en ce qui concerne la sensibilisation et les attitudes face à l'épargne en vue des études au sein du grand public et chez les parents à revenu faible à moyen, et explorer les approches possibles en matière de communication. Les brochures proposées sur le BEC, la SCEE et les régimes enregistrés d'épargne-études (REEE) ont également fait l'objet de tests.

Cette année encore, RHDCC a mené son sondage annuel de suivi sur les attitudes envers l'assurance-emploi. Le Ministère fait ce sondage depuis 1998. Le sondage permet de suivre les attitudes fondamentales des répondants envers le système d'assurance-emploi et de mesurer les niveaux de connaissance et les domaines de préoccupation du public en ce qui a trait à la réforme. Les résultats relatifs à plusieurs enjeux majeurs ont révélé peu de changements d'un sondage à l'autre. Au cours des quatre dernières années, les Canadiens et les Canadiennes ont continué d'appuyer l'idée de conserver une réserve dans le fonds de l'assurance-emploi, et les perceptions générales du régime d'assurance-emploi demeurent essentiellement les mêmes depuis trois ans. On observe également peu de changement dans l'opinion de la population à savoir si le régime d'assurance-emploi encourage la dépendance ou s'il fournit une passerelle vers un nouvel emploi. D'autres indicateurs clefs montrent la continuation de deux tendances perceptibles : depuis 1998, le public perçoit de plus en plus le régime d'assurance-emploi comme étant juste et son niveau d'optimisme économique a augmenté durant les quatre dernières années.

D'autres travaux de recherche sur l'opinion publique comprenaient de la recherche qualitative sur l'initiative Service Canada et de la recherche pour l'élaboration de la Stratégie des compétences en milieu de travail. Le Ministère planifie de la recherche sur le développement des compétences, l'apprentissage, les études postsecondaires, les questions liées au milieu de travail ainsi que les prestations d'emploi et les mesures de soutien.

Ressources naturelles Canada

En 2004-2005, Ressources naturelles Canada (RNCan) a employé la recherche sur l'opinion publique pour recueillir des renseignements et soutenir la vaste gamme d'activités entreprises par le Ministère, à titre de promoteur de l'usage et du développement durables des ressources naturelles, de l'énergie, des minéraux, des métaux, des forêts et des sciences de la terre.

Une large part de cette recherche a soutenu l'élaboration des politiques et des programmes et les activités de communication dans le domaine de l'environnement, de l'efficacité énergétique et du changement climatique. En partenariat avec Environnement Canada, cette recherche comprenait des études de base et de suivi effectuées auprès des Canadiens et des Canadiennes. Elles se rapportaient aux sujets suivants :

- compréhension du changement climatique et de ses répercussions;
- connaissance du Protocole de Kyoto et appui à celui-ci;
- attitudes envers l'efficacité énergétique, la conservation et le Défi d'une tonne (DUT).

RNCan s'est servi de la recherche sur l'opinion publique pour ouvrir de nouveaux champs de compréhension (p. ex., les perceptions relatives à la pile à combustible et aux technologies de l'hydrogène), entendre des points de vue sur des questions stratégiques clefs (p. ex., ceux des Britanno-Colombiens sur le moratoire sur les ressources pétrolières et gazières au large des côtes) et mieux comprendre ses principaux groupes de clients et de partenaires (p. ex., les conducteurs canadiens sur le rendement du carburant comme critère à prendre en considération lors de l'achat d'une voiture, les employés et les directeurs de concessions d'automobiles sur le *Guide de consommation de carburant* et le programme d'étiquetage).

Le Ministère a eu recours à l'outil normalisé d'évaluation des campagnes publicitaires du gouvernement du Canada pour mesurer l'impact d'une importante campagne menée à la télévision, à la radio et à l'aide de documents imprimés sur le Défi d'une tonne. Cette campagne mettait en vedette Rick Mercer et Pierre Lebeau. Les résultats de deux sondages nationaux montraient le succès remporté par la campagne qui a rejoint et informé les Canadiens et les Canadiennes en ce qui concernait le DUT et les messages qui en découlaient.

RNCan a consacré des fonds à la recherche par abonnement et à la recherche multiclients pour améliorer la compréhension du public face aux questions d'environnement et permettre un sondage efficace de l'opinion en matière de coûts parmi des publics particuliers comme le monde des affaires et les Canadiens et Canadiennes du Nord ainsi que des questions fondamentales dont la recherche comparative sur les attitudes des Canadiens et des Américains envers l'énergie et le développement durable.

L'élaboration du site Web et son évaluation continuent de représenter une part importante du programme de recherche de RNCan, plusieurs projets visant à optimiser l'accès des Canadiens et des Canadiennes aux ressources et aux services dans une gamme de domaines prioritaires comme ceux-ci : les sites Web du gouvernement du Canada consacrés au changement climatique et au Défi d'une tonne (ce dernier comprenait l'essai de convivialité du calculateur d'émissions de gaz à effet de serre en ligne à l'intention des Canadiens et des Canadiennes), *L'Atlas du Canada*, le principal site Web de l'Office de l'efficacité énergétique et le site Les sciences et la technologie pour les Canadiens.

Affaires étrangères Canada et Commerce international Canada

Affaires étrangères Canada et Commerce international Canada emploient beaucoup la recherche sur l'opinion publique pour suivre la progression des attitudes des Canadiens et des Canadiennes sur les questions internationales comme la sécurité, la diplomatie et le développement. Les points de vue sur les relations canado-américaines font l'objet d'un suivi étroit, tout comme les opinions sur les organismes et les accords multilatéraux et bilatéraux. Les ministères exécutent ce travail grâce à la recherche multiclients, omnibus et personnalisée sur l'opinion publique que des sondages, mis gratuitement à leur disposition, viennent enrichir.

Cette année, l'un des principaux projets de recherche consistait en une étude sur le commerce international, laquelle faisait intervenir des groupes de discussion dans des villes clefs de tout le Canada, de même que des sondages chez les décideurs. Il fallait examiner les opinions sur le commerce et les valeurs sociales pour déterminer dans quelle mesure ces valeurs correspondaient à la politique commerciale actuelle. Les ministères avaient aussi besoin de mieux comprendre le contexte dans lequel les communicatrices et les communicateurs commerciaux évoluent.

L'étude a révélé que les Canadiens et les Canadiennes ne comprennent généralement pas le processus commercial, mais sont conscients qu'il façonne fondamentalement le monde. En outre, les décideurs approuvent généralement la politique commerciale actuelle et les orientations adoptées par les ministères. Ces conclusions influenceront la façon d'aborder les communications.

Les décideurs appuient fortement la diversification commerciale, particulièrement dans les pays du littoral du Pacifique et en Chine avec leurs nouveaux marchés et leurs marchés émergents. On désire de nouveaux accords commerciaux multilatéraux et bilatéraux pour protéger les investissements canadiens à l'étranger et les décideurs veulent accéder davantage à l'information commerciale. La majorité de ceux-ci favorisent la réglementation des investissements étrangers au Canada.

Les personnes issues du grand public ayant participé à l'étude, exprimaient des réserves sur le commerce avec les pays où les droits de la personne ne sont pas reconnus, qui ont de mauvais dossiers au chapitre de la main-d'œuvre et de l'environnement, mais elles reconnaissaient que le commerce stimulait l'économie de ces pays et améliorait leur niveau de vie.

Les participants et les participantes perçoivent le commerce comme étant de plus en plus important pour le Canada au cours de la prochaine décennie et appuient fortement la diversification commerciale. Cela repose en partie sur la croyance que les États-Unis recourent trop rapidement aux obstacles au commerce. Ils croient que la diversification aidera le Canada à exercer une influence internationale de plus grande envergure. On se préoccupe cependant du fait que l'investissement étranger menace la souveraineté canadienne dans de nombreux secteurs industriels.

Les résultats des sondages ont une incidence sur les objectifs commerciaux actuels des ministères et contribuent à leur faire mieux comprendre les attitudes du public.

Patrimoine canadien

L'année dernière, la recherche sur l'opinion publique menée par Patrimoine canadien était marquée par sa participation à plusieurs initiatives horizontales dont des projets interministériels comme le *National Survey on the Quality of Life in Canadian Communities* et la *Healthy Living Initiative* ainsi que des études multiclients comprenant un sondage auprès des Autochtones vivant dans des réserves. *Understanding Diversity*, un sondage touchant les Canadiens et les Canadiennes d'origines multiethniques; *North of 60*, un sondage relatif aux Canadiens et aux Canadiennes vivant dans le Nord; et *Rebrancher le gouvernement avec les jeunes*, une étude chez les jeunes Canadiens et Canadiennes faisaient aussi partie de cette recherche. Ces initiatives horizontales ont permis au Ministère de partager coûts et nouvelles connaissances sur des sujets d'intérêt commun concernant des groupes cibles spécifiques.

Cette année, les activités de recherche sur l'opinion publique auront lieu dans le cadre d'initiatives majeures auxquelles le Canada participera comme les Jeux Olympiques de Vancouver en 2010 et l'exposition de 2008 à Saragosse, en Espagne. Patrimoine canadien prévoit poursuivre ses efforts de recherche pour appuyer les cultures et les langues autochtones. Il planifie également une étude exhaustive sur les magazines chez les Canadiens et les Canadiennes. Enfin, le Ministère continuera à communiquer un compte rendu précis de l'utilisation et des effets des nouveaux médias sur le contenu culturel canadien et les droits d'auteurs.

Le sondage national intitulé *Lecture et achats de livres pour la détente* a donné des résultats et récompensé des efforts de préparation de plusieurs mois, en fournissant quantité de données servant à déterminer l'importance des livres dans la vie des Canadiens et des Canadiennes. Les résultats ont indiqué que lire des livres pour se détendre est populaire au Canada. L'échantillon de base (représentatif de la population canadienne) était composé de 1 579 personnes de 16 ans et plus auquel on a ajouté un suréchantillon de 384 répondants provenant des communautés de langue officielle en situation minoritaire. Cela a donné à Patrimoine canadien l'occasion de mesurer les différences d'habitudes et d'attitudes entre les Canadiens et les Canadiennes vivant en situation linguistique majoritaire et minoritaire, et de faire des observations quant au livre comme outil de développement culturel.

Agence du revenu du Canada

Les efforts de recherche sur l'opinion publique de l'Agence du revenu du Canada (ARC) se rapportent aux programmes et services qu'elle offre au public. En 2004-2005, l'ARC a terminé son cinquième sondage à grande échelle comportant des indicateurs d'opinion de haut niveau. Étant donné les changements apportés à la structure et au mandat opérationnel de l'ARC, le sondage annuel a été revu et restructuré afin de refléter les réalités et les besoins organisationnels nouveaux. Une partie du processus de restructuration comprenait de la recherche sur les expériences que le public a de l'ARC et ses attentes. Le nouveau sondage annuel de l'ARC est prévu pour le début de l'exercice 2005-2006.

En 2004-2005, l'ARC a évalué ses nouvelles offres de services en ligne dont Visionner ma déclaration, Mon dossier d'entreprise et la facilité d'emploi de son site Web. L'ARC a également entrepris de la recherche pour mettre à jour sa compréhension des perceptions, de même que des motivations et des attitudes des entrepreneurs et des propriétaires de maisons en ce qui concerne leur participation à l'économie souterraine dans le secteur de la rénovation résidentielle.

Enfin, le deuxième sondage à l'intention des utilisateurs et des utilisatrices du site Web de l'ARC fournissait des profils démographiques et comportementaux, évaluait le niveau de satisfaction envers divers aspects du site et explorait les rapports entre les voies de service par téléphone et par Internet de l'Agence. On prévoit faire de cette initiative à grande échelle un projet annuel pour déterminer les tendances et en faire le suivi.

Industrie Canada

Industrie Canada a mené diverses recherches multiclients et personnalisées sur l'opinion publique en 2004-2005, se penchant sur les questions de politique et les tendances économiques et sociales du public en général, des gens d'affaires, des universitaires et d'autres professionnels.

Le Ministère poursuit ses recherches approfondies sur des sujets relatifs à la révolution numérique; il continue de coordonner un programme interministériel de suivi sur la recherche sur l'opinion publique portant sur des questions ayant trait aux technologies émergentes comme la biotechnologie. Les études sur la satisfaction de la clientèle et la mise à l'essai sur le Web constituent toujours une part importante des efforts de recherche du Ministère.

La deuxième étude annuelle d'Industrie Canada a permis de sonder l'opinion du public canadien et des gens d'affaires sur les priorités et le rendement du Ministère, particulièrement en relation avec les efforts que déploie le gouvernement pour promouvoir l'innovation et la recherche-développement au Canada et dans les entreprises canadiennes.

En 2004-2005, le Ministère a entrepris un projet de recherche quantitative parmi les travailleurs et les travailleuses autonomes employant quatre personnes ou moins dont certains étaient en affaires depuis moins d'un an. Dans le cadre de l'étude, on a également interviewé des tiers de confiance, c'est-à-dire des associations de représentants commerciaux et de l'industrie, des membres des chambres de commerce, des avocats, des comptables et d'autres intermédiaires qui aident les entrepreneurs autonomes. Selon cette étude, les entrepreneurs se préoccupent du financement de leur entreprise et conviennent que le gouvernement doit faire quelque chose pour appuyer les petites entreprises. Les participants et les partici-

pantes au sondage souhaiteraient en apprendre davantage sur les services que leur offre le gouvernement.

En 2005-2006, Industrie Canada compte étendre ses efforts de recherche au milieu des affaires afin d'y inclure des entrepreneurs émergents et potentiels et des tiers intermédiaires de confiance.

Travaux publics et Services gouvernementaux Canada

La recherche sur l'opinion publique joue un rôle indispensable dans l'évaluation des services que Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC) offre aux autres ministères du gouvernement et au public canadien.

En tant que fournisseur de services d'intérêt commun à l'intention des autres ministères gouvernementaux, TPSGC fait de la recherche sur l'opinion publique qui cible surtout la satisfaction de la clientèle. À la suite de la création de la Direction générale des services d'information du gouvernement en 2004-2005, TPSGC a aussi eu recours à la recherche sur l'opinion publique pour évaluer les services qu'il dispense directement aux Canadiens et aux Canadiennes. Ces services comprennent le Site du Canada, le Pavillon du Canada et le Centre de renseignements gouvernementaux. D'autres projets font appel à l'usage de la recherche pour aider à prévoir les tendances et les questions émergentes au gouvernement, et pour obtenir de l'information sur les perceptions et les attitudes du public sur les voies d'accès à celui-ci (en personne, au téléphone, par la poste et en ligne).

Un projet de recherche clef de TPSGC – le plus considérable réalisé en 2004-2005 – était conçu pour jauger comment le gouvernement du Canada pourrait mieux procurer au public, aux entreprises canadiennes et aux clients internationaux une présence Internet cohérente pour ce qui est de la prestation de renseignements et de services. À l'aide de groupes de discussion et de sondages en ligne, l'étude quantitative et qualitative portait sur les habitudes et les préférences courantes des usagers de l'Internet au Canada et aux États-Unis en ce qui concerne l'accès à l'information et aux services gouvernementaux en ligne. On y examinait en outre les réactions à des modèles possibles d'information en ligne et de prestation de services pour l'avenir. Les résultats de l'étude contribueront à mettre au point une stratégie d'orientation de la prestation des services en ligne dans tout le gouvernement, une fois terminée l'initiative Gouvernement en direct.

Pour préparer l'avenir, le Ministère continuera, au cours du prochain exercice et au-delà de celui-ci, à mettre l'accent sur les sondages touchant la satisfaction de la clientèle. Plus particulièrement, TPSGC entreprend une étude longitudinale de trois ans qui servira à évaluer et à analyser la satisfaction des autres ministères du gouvernement en ce qui concerne le projet appelé Les prochaines étapes qui constitue le plan du Ministère pour transformer la façon dont il fait des affaires et améliore ses services. Cette initiative de recherche sur l'opinion publique devrait jouer un rôle notable dans la mise en œuvre continue du projet Les prochaines étapes, en contribuant à définir plus clairement l'avenir de TPSGC et à le représenter graphiquement.

Finances Canada

Au cours de l'exercice 2004-2005, les activités de recherche sur l'opinion publique de Finances Canada comportaient à la fois des analyses qualitatives et quantitatives de l'opinion des Canadiens et des Canadiennes sur les questions économiques et financières. Plus précisément, comme durant les années précédentes, le Ministère avait commandé des groupes de sondages et de discussion avant La Mise à jour économique et financière 2004 et à nouveau, avant le budget de 2005.

La composante sondage de cette recherche continue, qui s'appuie sur un échantillon de 1 800 personnes, contient une section de suivi clef qui permet à Finances Canada de suivre l'évolution des tendances de l'opinion publique sur des questions économiques fondamentales, et ce sur plusieurs années (p. ex., le déficit). En plus de cette importante section, le Ministère cherche à connaître les opinions du public sur les priorités du gouvernement du Canada. En ce qui concerne la recherche qualitative, Finances Canada réunit normalement 10 groupes de discussion dans cinq villes du Canada pour veiller à une représentation régionale adéquate. Cette recherche apporte une contribution valable à l'élaboration de politiques et de propositions qui sous-tendent l'action gouvernementale. Le Ministère prévoit donc continuer à faire de la recherche semblable en prévision de budgets futurs et de mises à jour.

Selon les besoins qui se font sentir, Finances Canada fait de la recherche sur d'autres questions qui l'intéressent. Par exemple :

- Au cours de l'été 2004, le Ministère a passé des marchés pour réunir des groupes de sondages et de discussion sur le programme de placement de titres sur le marché de détail et sur la frappe de la monnaie.
- Durant les mois d'hiver, les transferts du gouvernement du Canada aux provinces et aux territoires ont fait l'objet de groupes de discussion.

Développement social Canada

La recherche sur l'opinion publique exerce une influence décisive dans l'accomplissement de la mission de Développement social Canada (DSC), laquelle consiste à renforcer les assises sociales du Canada en soutenant le bien-être des personnes, des familles et des collectivités au moyen de politiques, de programmes et de services axés sur les citoyens et les citoyennes. La recherche sur l'opinion publique, combinée aux initiatives d'analyse des médias et de participation du public, habilite le Ministère à répondre aux attentes des Canadiens et des Canadiennes.

Le discours du Trône de 2004 comportait un engagement du gouvernement à créer un programme national d'apprentissage et de garde de jeunes enfants. À cette fin, DSC a mené une vaste enquête nationale d'opinion publique sur l'apprentissage et la garde des jeunes enfants. Elle portait sur trois grands domaines d'exploration : les tendances se rapportant à l'utilisation des services de garde et le niveau de satisfaction à l'égard de ces services, les orientations spécifiques à adopter pour la garde des enfants (p. ex., les attitudes vis-à-vis la réglementation, les rôles du gouvernement) et la sensibilisation à l'importance du développement de la petite enfance.

Le Ministère a mené une enquête téléphonique auprès d'un groupe représentatif composé de 2 006 Canadiens et Canadiennes adultes. L'échantillon comprenait un suréchantillon de Canadiens et de Canadiennes autochtones. L'un des éléments clefs de l'enquête consistait à examiner le point de vue des parents et, plus particulièrement, à s'entretenir avec des parents de jeunes enfants de leurs expériences en matière de garde d'enfants.

Parmi les autres recherches sur l'opinion publique effectuées pour le compte de DSC, notons la recherche qualitative chez les employeurs pour étudier les questions d'emploi des personnes handicapées, la recherche pour tester les concepts liés au mandat de DSC ainsi que la recherche quantitative pour évaluer l'efficacité des produits de communication.

Des recherches ultérieures sont prévues pour examiner les questions touchant les aidants naturels et leur famille, la pauvreté (y compris la pauvreté infantile) et les aînés. Des recherches seront également effectuées avant et après la campagne pour vérifier l'efficacité de deux futures activités publicitaires : les services pour les aînés et les services pour les personnes handicapées.

Classement des sociétés de recherche

Principales sociétés de recherche pour la coordination de l'ensemble de la recherche sur l'opinion publique selon la valeur du marché

Société	Valeur du marché (en milliers de dollars)	Nombre de projets
Les Associés de recherche EKOS	5 315	113
Environics Research Group	4 755	83
Ipsos-Reid	3 960	94
Phase 5 Groupe d'experts-conseils	2 275	40
Centre de recherche Décima	1 600	37
Phoenix Strategic Perspectives	1 313	30
Les Études de Marché Créatec +	1 231	15
Corporate Research Associates	967	25
The Strategic Counsel	779	11
GPC International	689	10

Durant le présent exercice, le gouvernement du Canada a eu recours aux services de 74 sociétés de recherche pour combler ses besoins en recherche sur l'opinion publique (recherche personnalisée et études multi-clients). Le gouvernement du Canada considérait Les Associés de recherche EKOS comme son fournisseur de recherche le plus actif pour ce qui est du nombre de projets (113) et de la valeur du marché (5,3 millions de dollars). Environics Research Group s'est classé au deuxième rang avec 83 projets et une valeur approximative du marché de l'ordre de 4,8 millions de dollars. Une liste complète de toutes ces entreprises se trouve à l'annexe deux.

Principales sociétés de recherche pour la coordination de la recherche personnalisée selon la valeur du marché

Société	Valeur du marché (en milliers de dollars)	Nombre de projets
Environics Research Group	3 940	52
Les Associés de recherche EKOS	3 890	62
Ipsos-Reid	3 350	59
Phase 5 Groupe d'experts-conseils	2 275	40
Centre de recherche Décima	1 572	34
Les Études de Marché Créatec +	1 231	15
Phoenix Strategic Perspectives	1 181	24
Corporate Research Associates	923	21
The Strategic Counsel	779	11
GPC International	665	9

Bien que Les Associés de recherche EKOS aient réalisé le plus grand nombre de projets (62), la valeur des marchés attribués à cette entreprise était légèrement inférieure à ceux d'Environics Research Group qui a entrepris 52 projets. Ipsos-Reid se classait au second rang pour ce qui est du nombre de projets (59), mais au troisième pour la valeur du marché.

Principales sociétés de recherche pour la coordination des études multiclients selon la valeur du marché

Société	Valeur du marché (en milliers de dollars)
Les Associés de recherche EKOS	1 425
Environics Research Group	815
Ipsos-Reid	610
Phoenix Strategic Perspectives	132
Solutions Research Group	119
D-Code	107
CROP	100
GlobeScan	66
Institut d'administration publique du Canada	64
War Child Canada	48

Les ministères et les organismes du gouvernement se sont abonnés à des études multiclients entreprises par 22 sociétés de recherche différentes durant l'année. Les études multiclients des Associés de recherche EKOS représentaient 37 % de la valeur totale du marché pour le gouvernement du Canada. Parmi les études multiclients de premier plan d'EKOS, signalons *Rethinking Government*, *The Security Monitor* et *Rethinking the Information Highway*.

Environics Research Group se classait au deuxième rang de l'activité des sociétés grâce à ses grandes études qui comprenaient : *Focus Canada* et *North of 60 and Remote Community Monitor*. Les études ayant pour titre *Trend Report* et *Rebrancher le gouvernement avec les jeunes* placent Ipsos-Reid au troisième rang de l'activité des firmes qui ont produit des études multiclients en 2004-2005.

Une liste thématique des études multiclients se trouve à l'annexe trois.

Annexe un

Liste complète des ministères et organismes selon la valeur du marché

Ministère ou organisme	Valeur du marché (en milliers de dollars)	Nombre de projets
Santé Canada	6 248	106
Ressources humaines et Développement des compétences Canada	2 033	36
Ressources naturelles Canada	1 701	39
Affaires étrangères Canada et Commerce international Canada	1 415	21
Patrimoine canadien	1 392	37
Agence du revenu du Canada	1 261	26
Industrie Canada	1 216	34
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada	1 195	24
Finances Canada	1 051	17
Développement social Canada	1 047	24
Transports Canada	892	14
Agriculture et Agroalimentaire Canada	882	14
Environnement Canada	844	28
Défense nationale	713	13
Affaires indiennes et du Nord Canada	611	19
Sécurité publique et Protection civile Canada	562	9
Anciens Combattants Canada	560	8
Citoyenneté et Immigration Canada	521	17
Parcs Canada	493	13
Pêches et Océans Canada	405	9
Justice Canada, Ministère de la	389	15
Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada	355	8
Agence de gestion des ressources humaines de la fonction publique du Canada	329	7

Liste complète des ministères et organismes selon la valeur du marché (suite)

Ministère ou organisme	Valeur du marché (en milliers de dollars)	Nombre de projets
Bureau du Conseil privé	316	13
Agence de promotion économique du Canada atlantique	195	7
Agence canadienne de développement international	193	9
Instituts de recherche en santé du Canada	186	3
Gendarmerie royale du Canada	186	3
Conseil national de recherches du Canada	184	2
Agence spatiale canadienne	181	3
Agence de la consommation en matière financière du Canada	154	2
Bureau du surintendant des institutions financières	153	2
Commission de la fonction publique	150	2
Statistique Canada	139	7
Commissariat aux langues officielles	138	4
Bureau des passeports	111	2
Agence canadienne d'inspection des aliments	89	4
Développement économique du Canada pour les régions du Québec	85	1
Diversification de l'économie de l'Ouest Canada	83	4
Table ronde nationale sur l'environnement et l'économie	59	2
Commissariat à la protection de la vie privée du Canada	59	2
École de la fonction publique du Canada	48	1
Comité de surveillance des activités de renseignement de sécurité	43	1
Conseil de recherches en sciences naturelles et en génie	27	1
Service correctionnel du Canada	24	1
Bibliothèque et Archives Canada	23	2
Infrastructure Canada	22	1
Centre de la sécurité des télécommunications	21	1
Agence des services frontaliers du Canada	21	1
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes	20	1
Commission des relations de travail dans la fonction publique	15	1

Annexe deux

Liste complète des sociétés de recherche (74) selon la valeur du marché

Société	Valeur du marché (en milliers de dollars)	Nombre de projets
Les Associés de recherche EKOS	5 315	113
Environics Research Group	4 755	83
Ipsos-Reid	3 960	94
Phase 5 Groupe d'experts-conseils	2 275	40
Centre de recherche Décima	1 600	37
Phoenix Strategic Perspectives	1 313	30
Les Études de Marché Créatec +	1 231	15
Corporate Research Associates	967	25
The Strategic Counsel	779	11
GPC International	689	10
Millward Brown Goldfarb	629	8
Sage Research	556	13
TNS Canadian Facts	544	11
Patterson, Langlois Consultants	479	9
Réseau Circum	448	9
Western Opinion Research	398	6
Légion royale canadienne	314	1
GlobeScan	313	11
CROP	234	7
Earnscliffe Strategy Group	216	3
D-Code	206	6
Prairie Research Associates	159	1

Liste complète des sociétés de recherche (74) selon la valeur du marché (suite)

Société	Valeur du marché (en milliers de dollars)	Nombre de projets
Delta Media	136	6
Solutions Research Group	119	3
Pollara	112	5
Maskery	83	2
The Antima Group	74	3
Institut d'administration publique du Canada	64	2
Aboriginal Research Institute	60	1
Bath & Associates	53	3
Performance Management Network	50	2
Strathmere Associates International	50	2
War Child Canada	48	2
ACNielsen	47	3
SQM Group	44	2
Pixelera e-Business Solutions	38	2
Bristol Group	37	1
Public Affairs & Community Enterprises	32	1
Fondation de recherches sur les blessures de la route au Canada	32	1
Poirier Communications	30	2
EVP, The Logit Group	25	1
TDV Global	25	1
Orihwa	25	1
Écho Sondage	25	1
Deloitte	25	1
Orbis Partners	24	1
Duxbury, Higgins & Associates	24	1
Decision Partners	24	1

Liste complète des sociétés de recherche (741) selon la valeur du marché (suite)

Société	Valeur du marché (en milliers de dollars)	Nombre de projets
Clear Picture Corporation	23	1
Research Resolutions & Consulting	22	1
IBM Business Consulting Services	22	1
Intoinfo Consulting Group	22	1
Probe Research	22	2
Contentworks	22	1
Goss, Gilroy & Associates	22	1
CoEd Communications	20	1
Research Innovations	18	1
Desjardins Marketing Stratégique	17	1
Reseaux canadiens de recherche en politiques publiques	16	1
Malatest & Associates	15	1
University of Alberta	15	1
Eos Research & Consulting	15	1
Ad Hoc Marketing	13	1
Canadian Media Research Consortium	11	1
Centre ontarien de l'avancement des techniques écologiques	11	1
PICUS	10	1
Purple Dog Consulting	9	1
One World	6	1
The Omega Network	5	1
DataPath Systems	5	1
American Association of Research Libraries	5	1
ViewStats Research	4	1
CSA Convergence	3	1
Vision Research	3	1

Annexe trois

Liste thématique des études multiclients en 2004-2005

Le gouvernement du Canada s'est abonné à plusieurs études multiclients portant sur un grand nombre de questions. Un aperçu thématique de ces études se trouve ci-dessous.

Aperçus de l'opinion publique nationale

3SC (CROP et Environics Research Group)

Canadian Farm Trends Report (Ipsos-Reid)

Les citoyens d'abord (Institut d'administration publique du Canada)

Engage Canada: Citizen Regeneration Phase II (D-Code)

Focus Canada (Environics Research Group)

Focus 50 (Environics Research Group)

Government Service and Satisfaction (Ipsos-Reid)

Perspectives Canada (Pollara)

Rethinking Citizen Engagement (Les Associés de recherche EKOS)

Rethinking Government (Les Associés de recherche EKOS)

The Ipsos Trend Report Canada (Ipsos-Reid)

Rapports régionaux

Aboriginal People in Manitoba (Probe Research)

Atlantic Omnibus Report (Corporate Research Associates)

North of 60 and Remote Community Monitor (Environics Research Group)

Saskatchewan First Nations High School Student Survey (Western Opinion Research)

CROP-Express (CROP)

Enjeux internationaux

Canada Plus: The Ties that Bind (GPC International)

Corporate Social Responsibility Monitor (GlobeScan)

Food Issues Monitor (GlobeScan)

Global Issues Monitor (GlobeScan)

Outlook – A War Child Canada Report on Youth and International Affairs (War Child Canada)

Rebrancher le gouvernement avec les jeunes (Ipsos-Reid)

Rethinking Energy and Sustainable Development (Les Associés de recherche EKOS)

Rethinking North American Integration (Les Associes de recherche EKOS)

Rethinking Work: Understanding the New North American Workforce and Workplace (Les Associés de recherche EKOS)

World Monitor (Ipsos-Reid)

Enjeux relatifs à la santé

A Clear Perspective (Probe Research)

Food Trends: The Carb Monitor (Ipsos-Reid)

Differences and Attitudes about Second Hand Smoke Between Youth and Adult Smokers and Non-Smokers (Environics Research Group)

Health Insider (IBM Business Consulting Services)

Weight Loss Trends Study (ACNielsen)

Haute technologie, innovation et Internet

The Canadian Inter@ctive Reid Report (Ipsos-Reid)

Canadian Internet Project (Le Consortium Canadien de Recherche sur les Médias)

E-Business in Agriculture (Ipsos-Reid)

Fast Forward (Solutions Research Group)

Internet Planner (ACNielsen)

Rethinking the Information Highway (Les Associés de recherche EKOS)

Société

Premières nations vivant dans les réserves (Les Associés de recherche EKOS)

Rethinking Science and Society (Les Associés de recherche EKOS)

Understanding Diversity (Solutions Research Group)

Understanding Generational Differences in Work Values and Job Satisfaction: Implications for HR Practitioners, Managers and Employers (Réseaux canadiens de recherche en politiques publiques)

Urban Umbrella (Public Affairs and Community Enterprises Consulting)

Sécurité

The Public Security Monitor (Les Associés de recherche EKOS)

The Road Safety Monitor (Fondation de recherches sur les blessures de la route au Canada)

Affaires et questions d'ordre économique

Automotive Purchase Considerations in Canada (Centre de recherche Décima)

Corporate Connection (Phoenix Strategic Perspectives)

The Canadian Small Medium Enterprises Report (Corporate Research Associates)

Marketing et communications

Agricultural Communications Review (Ipsos-Reid)

Canadian Business Media Relations Review (Ipsos-Reid)

Canadian Media Relations Review (Ipsos-Reid)

Quarterly Report on Public Affairs Trends (Centre de recherche Décima)

Annexe quatre

Offres à commandes et Arrangements en matière d'approvisionnement pour 2004-2007

Offres à commandes 2004-2007

Série A – Recherche qualitative

- The Strategic Counsel
- Environics Research Group
- Earnscliffe Strategy Group
- Ipsos-Reid
- Phoenix Strategic Perspectives
- Sage Research
- Les Associés de recherche EKOS
- TNS Canadian Facts
- Western Opinion Research
- Patterson Langlois Consultants
- Corporate Research Associates
- Centre de recherche Décima
- Millward Brown Goldfarb
- Les Études de Marché Créatec +
- Pollara

Série B – Recherche quantitative

- Environics Research Group
- The Strategic Counsel
- Ipsos-Reid
- Corporate Research Associates
- Phoenix Strategic Perspectives
- Millward Brown Goldfarb
- Les Études de Marché Créatec +
- Centre de recherche Décima
- Pollara
- GPC International
- Les Associés de recherche EKOS
- TNS Canadian Facts
- Earnscliffe Strategy Group

Série C – Recherche qualitative ou quantitative

- Environics Research Group
- The Strategic Counsel
- Ipsos-Reid
- Phoenix Strategic Perspectives
- Les Associés de recherche EKOS
- TNS Canadian Facts
- Earnscliffe Strategy Group
- Corporate Research Associates
- Centre de recherche Décima
- Les Études de Marché Créatec +
- Millward Brown Goldfarb
- Pollara

Arrangements en matière d'approvisionnement 2004-2007

Série A – Recherche qualitative

- Earnscliffe Strategy Group
- Environics Research Group
- The Strategic Counsel
- Ipsos-Reid
- Phoenix Strategic Perspectives
- Centre de recherche Décima
- Les Études de Marché Créatec +
- Sage Research
- TNS Canadian Facts
- Les Associés de recherche EKOS
- Millward Brown Goldfarb
- Phase 5 Groupe d'experts-conseils
- Corporate Research Associates
- Western Opinion Research
- Vision Research
- Patterson Langlois Consultants
- GPC International
- Goldfarb Intelligence Marketing
- Pollara

Série B – Recherche quantitative

- Environics Research Group
- Phoenix Strategic Perspectives
- The Strategic Counsel
- Millward Brown Goldfarb
- Centre de recherche Décima
- Ipsos-Reid
- Les Études de Marché Créatec +
- Pollara
- Les Associés de recherche EKOS
- TNS Canadian Facts
- Earnscliffe Strategy Group
- Corporate Research Associates
- GPC International
- Corum – Continuum Research
- Léger Marketing

Série C – Recherche qualitative ou quantitative

- Environics Research Group
- The Strategic Counsel
- Phoenix Strategic Perspectives
- Centre de recherche Décima
- Ipsos-Reid
- Earnscliffe Strategy Group
- Les Études de Marché Créatec +
- Millward Brown Goldfarb
- Les Associés de recherche EKOS
- TNS Canadian Facts
- Corporate Research Associates
- Pollara
- GPC International

Notes